

E-BOOK



O MARKETING NA CONSTRUÇÃO CIVIL



SEBRAE

INTRODUÇÃO

Você já pensou em como tornar sua empresa referência no setor da construção civil? Esta é uma indagação muito frequente para quem quer alavancar o seu negócio e, geralmente, leva os empreendedores a investirem em tecnologia e inovações para atrair mais e mais clientes. No entanto, focar apenas nesse caminho, não trará o retorno esperado.

Antes de tudo, é importante saber que um smartphone com acesso à internet é uma ferramenta que torna qualquer pessoa um consumidor em potencial. Geralmente, uma simples pesquisa no Google sobre um determinado material de construção pode se tornar uma compra “finalizada com sucesso”; basta saber os meios certos para concretizar o negócio.

Percebendo isso, a construção civil vem investindo intensamente em estratégias de marketing, principalmente no marketing digital. Se, há alguns anos, esse tipo de venda acontecia apenas em relação a itens menores - como roupas, brinquedos, papelaria, entre outros -, nos dias de hoje, compras como a de imóveis também podem começar pela internet, por meio do marketing digital.

Os consumidores de hoje buscam por facilidades e se acostumaram a ter acesso à informações sobre produtos, serviços e empresas com apenas uma pesquisa rápida no celular, o que vem revolucionando a relação entre o público e as marcas, inclusive na área da construção civil.

Sendo assim, é importante saber, antes de tudo, como posicionar sua marca neste mercado tão competitivo, principalmente dentro da internet. E esse bom posicionamento é fruto de uma estratégia de marketing bem alinhada.

Construindo credibilidade e confiança na construção civil com a ajuda do marketing

O marketing ajuda a conectar empresas a seus clientes, oferecendo soluções para as suas necessidades. Sendo assim, a ausência de estratégias de marketing pode impedir sua empresa de alcançar clientes em potencial e dificultar o crescimento de sua marca no mercado.

Em resumo, o marketing desenvolve ações que geram a promoção de certa marca, além de atrair clientes, conquistando sua confiança. Mas acima de tudo, para que essas ações sejam efetivas, é importante entender as necessidades do público-alvo e atendê-las por meio dos produtos vendidos na loja. Na internet, o roteiro não foge desse padrão; e na construção civil, onde os clientes costumam efetuar compras de grandes valores, o marketing deve ser ainda mais efetivo, para que a marca transmita credibilidade e segurança ao cliente na hora da compra.

O marketing é, portanto, uma ferramenta essencial para que as engrenagens do negócio girem perfeitamente, garantindo ao cliente a certeza de que a sua empresa foi a melhor solução para seus problemas.

Primeiros passos para a elaboração de uma boa estratégia de marketing

De acordo com o professor e gestor de marketing, Rígel Abdala, quando se trata do ramo da construção civil, é importante primeiro entender com que tipo de produto imobiliário iremos trabalhar.

“A partir de um estudo sobre a segmentação do público, é feito um escopo da ação, definindo o tipo de comunicação, layout e a linguagem mais apropriada que será adotada. Por exemplo, se o produto é popular, a linguagem deverá ser mais coloquial, já que o público tem mais afinidade com uma linguagem sem muita formalidade. Mas se a intenção é vender um produto de luxo, a linguagem popular pode afastar o cliente. É importante adotar, nesses casos, uma linguagem mais formal que esteja de acordo com o perfil desse público mais abastado e com o status do que está à venda; além, é claro, da divulgação de informações sobre os benefícios do produto”, explica o especialista.

Todo esse processo é impulsionado e aperfeiçoado pelos meios digitais, que facilitam ainda mais a interação com os clientes, que buscam desde imóveis, até um simples saco de cimento. É importante lembrar também que a variedade de marcas e produtos na construção civil é enorme, daí, a importância de um bom trabalho de marketing para destacar o seu negócio.

“O primeiro passo para formalizar o negócio no mundo digital

partir para a criação de um site , que pode funcionar também como uma *landing page* (página de captura de cadastros para a qual o usuário é direcionado). Como funciona? Depois do site já elaborado, reserve uma área para o cadastro do cliente. E para incentivar o preenchimento desse cadastro (que é importante para fechar a venda), uma boa estratégia é oferecer facilidades, como “baixe a tabela e consulte os preços”, mas já condicionando o cliente a fazer o cadastro antes da análise do produto ou empreendimento, por exemplo”, conclui o professor de marketing.

Dicas de marketing para alavancar sua empresa

1 – Conheça muito bem o seu público e a sua empresa

Para saber quais são as melhores estratégias de marketing para destacar a marca de sua empresa no mercado, é importante entender profundamente as preferências, necessidades e demandas do seu público. É a partir do conhecimento sobre o comportamento dos seus potenciais clientes que você saberá qual é o tipo de mídia mais efetivo, as informações que eles buscam e os canais que utilizam. Dica: para fazer essas pesquisas, contrate profissionais e agências especializados nesse tipo de levantamento de mercado. Além disso, você também pode avaliar estudos e pesquisas (de instituições bem-conceituadas) já existentes.

2 – Desenvolva conteúdo de qualidade

Você quer que a sua empresa seja reconhecida como referência no mercado? Então, precisa mostrar que tem um profundo conhecimento do segmento em que atua e do seu público-alvo. O marketing de conteúdo é a forma mais efetiva de transmitir essa imagem.

3 – Invista em mídias especializadas

Investir em anúncios e divulgação de conteúdo em mídias especializadas é outra ação de marketing que ajudará a destacar sua marca. Estamos falando de revistas, sites e outros canais que abordam temas relacionados ao seu negócio e/ou que são consumidos por potenciais clientes de sua empresa.

4 – Promova e participe de eventos do seu segmento de mercado

Muitos potenciais clientes da construção civil vão a eventos para buscar informações e inspirações para a compra do seu imóvel. Por isso, é muito importante que sua empresa esteja presente nesses encontros.

5 – Tenha uma presença forte nas redes sociais

Por que empresas de construção civil deveriam investir em mídias sociais? A resposta é simples: porque o seu cliente está lá! Os consumidores atuais utilizam essas plataformas não apenas

informações e inspirações de compras e investimentos.

6 – Promova anúncios digitais

Anúncios em revistas, jornais impressos e outdoors são maneiras tradicionais de divulgação de uma marca. Porém, no cenário atual, apenas esse tipo de publicidade não é suficiente para alcançar de forma efetiva o maior número possível de potenciais clientes.

7 – Invista em um bom material audiovisual

Vídeos são uma ferramenta de marketing muito efetiva na construção civil.

8 – Utilize os depoimentos dos clientes

O marketing boca a boca não é nenhuma novidade. O que mudou de uns anos para cá, foi a forma como esse tipo de divulgação acontece.

Referências

Serique, R. (19 de Maio de 2019). *Rockcontent.com*. Acesso em 10 de Dezembro de 2022, disponível em Rock content Blog: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-na-construcao-civil/#:~:text=Boa%20leitura!-,O%20que%20%C3%A9%20>

civil%3F,assim%20como%20em%20uma%20obra.

Equipe Celere. (29 de Novembro de 2018). *Celere-ce.com.br*. Acesso em 11 de Dezembro de 2022, disponível em Celere: <https://celere-ce.com.br/marketing/marketing-na-construcao-civil-como-tornar-sua-empresa-uma-referencia/>

The logo consists of four horizontal white bars of varying lengths, stacked vertically. The top two bars are shorter and the bottom two are longer, creating a stylized 'E' shape.

SEBRAE *Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*