



O MARKETING NA CONSTRUÇÃO CIVIL



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 equal length, stacked vertically. The top two bars are slightly offset to the right, and the bottom two bars are slightly offset to the left, creating a central square void.

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