Apto se reinventa em meio à crise e foca ainda mais no digital

Segundo a plataforma, o investimento no chat do site vai aumentar, uma vez que já é responsável por 45% dos potenciais compradores de imóveis novos.

São Paulo, maio de 2020 - Para o mercado imobiliário, o ano de 2020 prometia ser de crescimento. A perspectiva para o setor era promissora e o cenário parecia animador. No entanto, com a chegada do coronavírus as empresas se viram obrigadas a recalcular a rota e pensar em novas estratégias. Por isso, o Apto, plataforma que conecta com assertividade potenciais compradores de imóveis novos a construtoras e empreendimentos, percebeu que investir em tecnologia é, mais do que nunca, o caminho certeiro para conquistar clientes durante a pandemia. Só o chat do site é responsável por 45% dos potenciais compradores de novos apartamentos.

Segundo o CEO da startup, Alex Frachetta, relatou que audiência está crescendo no último mês, reflexo do isolamento social. "Na terceira semana de março os acessos do nosso site subiram 11%. O ciclo de aquisição no mercado imobiliário é lento e, por isso, é necessário continuar estimulando os clientes a conhecerem os imóveis virtualmente agora, para que as compras se concretizem no segundo semestre", reforça Alex.

Nesse contexto, Apto conta com 23 CRMs (Customer Relationship Manager) integrados, que nada mais é do que uma ferramenta tecnológica que gerencia o relacionamento com o cliente, facilitando essa ponte entre os dois lados. O CRM faz com que potenciais compradores sejam encaminhados imediatamente para as construtoras, e assim, são atendidos de forma rápida, na hora que eles desejam. "Nós temos feito pelo menos 2 novas integrações por mês para que possamos oferecer esse serviço para qualquer empreendimento, no Brasil todo. Para aquelas empresas que não tem CRM, também temos integração com WhatsApp", explica o Alex.

Ainda com relação a tecnologia, outro grande desafio das empresas do setor é se programar para o novo consumidor que se apresenta: o digital. Esse cliente quer evitar burocracias e

busca realizar suas aquisições de forma simples, rápida e online. Por isso, descomplicar os contratos e simplificar os processos pode ser um fator primordial nesse momento, e que vai mudar o comportamento das vendas pós pandemia. "Esse momento criou um divisor de águas para o mercado imobiliário. Existem incorporadoras e construtoras que já implementaram visita virtual guiada e contrato digital, assim,o negócio foi fechado online de ponta a ponta. São inovações que vão permanecer depois do coronavírus também", pondera Alex.

Os dados mostram que esse é um movimento que já vinha acontecendo no setor. Um estudo do Radar Construtechs e Proptechs 2020, elaborado pela Terracotta Ventures, mostra que já existem mais de 700 empresas de tecnologia atuando no setor imobiliário e de construção no Brasil. É quase três vezes o número de 250 startups que existiam há apenas quatro anos. Ainda segundo a pesquisa, as novas companhias do segmento imobiliário levantaram mais de 446 milhões de dólares em investimentos.

Os altos valores comprovam que o mercado tem potencial para enfrentar e superar essa crise, e que no setor de imóveis, já não é mais necessário ter um estande para realizar a venda. "Hoje em dia, existem aplicativos que realizam esses processos de forma 100% digital. É possível fazer uma visita por vídeo chamada, guiada pelo corretor e, ao vivo, tudo online", explica Alex.

E engana-se quem pensa que o momento não é propício para comprar imóveis. Algumas medidas fortaleceram o mercado e estimulam que os projetos de um novo apartamento sejam mantidos. "A redução da taxa Selic, atingindo 3,75% e a iniciativa da Caixa Econômica Federal, que postergou por 60 dias as parcelas de empréstimos, incluindo financiamento imobiliário, dão fôlego aos consumidores que ainda tem o sonho do imóvel novo", finaliza Alex.

Sobre o Apto
Fundado em 2015 pelo executivo Alex Frachetta, o Apto é uma plataforma 100% online que conecta com assertividade potenciais compradores de imóveis novos a construtoras e empreendimentos. O objetivo da startup é atuar como um shopping de residências recém-lançadas, em processo de apresentação da planta ou prontas para morar em diversas regiões do Brasil. Tendo mais de 80 construtoras como clientes, a empresa está presente nas principais cidades do país, como São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Goiânia,Campinas e Curitiba.