

ESTRATÉGIAS IMOBILIÁRIAS

Dominando objeções e transformando
leads em negócios



Roniel Lummertz

SUMÁRIO

Introdução	03
Fundamentos do Fluxo de Venda Previsível	05
Tipos de Clientes e Como Lidar com Eles	08
Explorando as Dores do Cliente	13
Scripts Práticos	17
Uso das Estratégias de Schopenhauer no Mercado Imobiliário	21
Conclusão e Próximos Passos	26
Referências Bibliográficas	29





Introdução

O Mercado Imobiliário e Seus Desafios

O mercado imobiliário é dinâmico e desafiador, exigindo dos corretores não apenas conhecimento técnico sobre imóveis, mas também habilidades de comunicação, negociação e resiliência. Em um cenário onde cada cliente é único, com expectativas, dúvidas e necessidades diferentes, dominar um fluxo de vendas previsível pode ser a diferença entre uma negociação bem-sucedida e uma oportunidade perdida.

Neste e-book, você encontrará estratégias práticas para abordar, envolver e converter clientes em diferentes situações: aqueles que não atendem, não retornam ou apresentam objeções. Além disso, aprenderá a explorar as dores do cliente, esclarecendo dúvidas e hesitações em oportunidades de conexão e fechamento

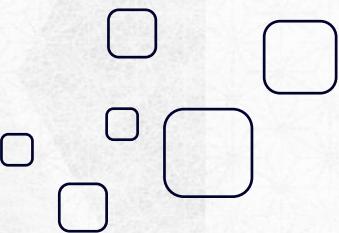
A Base Filosófica: Schopenhauer no Mercado Imobiliário

Inspirado no livro *As 38 Estratégias para Vencer Qualquer Debate*, de Arthur Schopenhauer, este material oferece uma abordagem única para o mercado imobiliário. Schopenhauer, um dos grandes filósofos da história, acordos técnicos poderosos para argumentação e persuasão que, adaptados ao contexto atual, podem ser aplicados com eficácia nas vendas.

Por que este eBook é essencial para você?

Seja você um corretor iniciante ou um gestor experiente, este eBook foi projetado para oferecer insights práticos e utilizáveis. Além das estratégias planejadas, você encontrará exemplos reais e scripts prontos para atender clientes via telefone, mensagens ou e-mails, treinando sua equipe para lidar com situações de maneira profissional e eficiente.

Nos próximos capítulos, exploraremos um modelo de fluxo de vendas previsível, detalhando como abordar diferentes tipos de clientes e, acima de tudo, ensiná-lo a se comunicar de forma assertiva, vencendo objeções com inteligência e sensibilidade. Prepare-se para transformar sua abordagem de vendas e conquistar resultados surpreendentes no mercado imobiliário!



Fundamentos do fluxo de venda previsível

O que é um Fluxo de Venda Previsível?

Um fluxo de venda previsível é a espinha dorsal de qualquer estratégia comercial bem-sucedida. No mercado imobiliário, ele representa uma sequência de etapas que levam o cliente desde o primeiro contato até o fechamento do negócio, garantindo consistência nos resultados. Este modelo elimina a improvisação e foca em ações planejadas, permitindo ao corretor prever resultados e ajustar estratégias com base nos números.

As Etapas do Fluxo de Venda Previsível

Prospecção

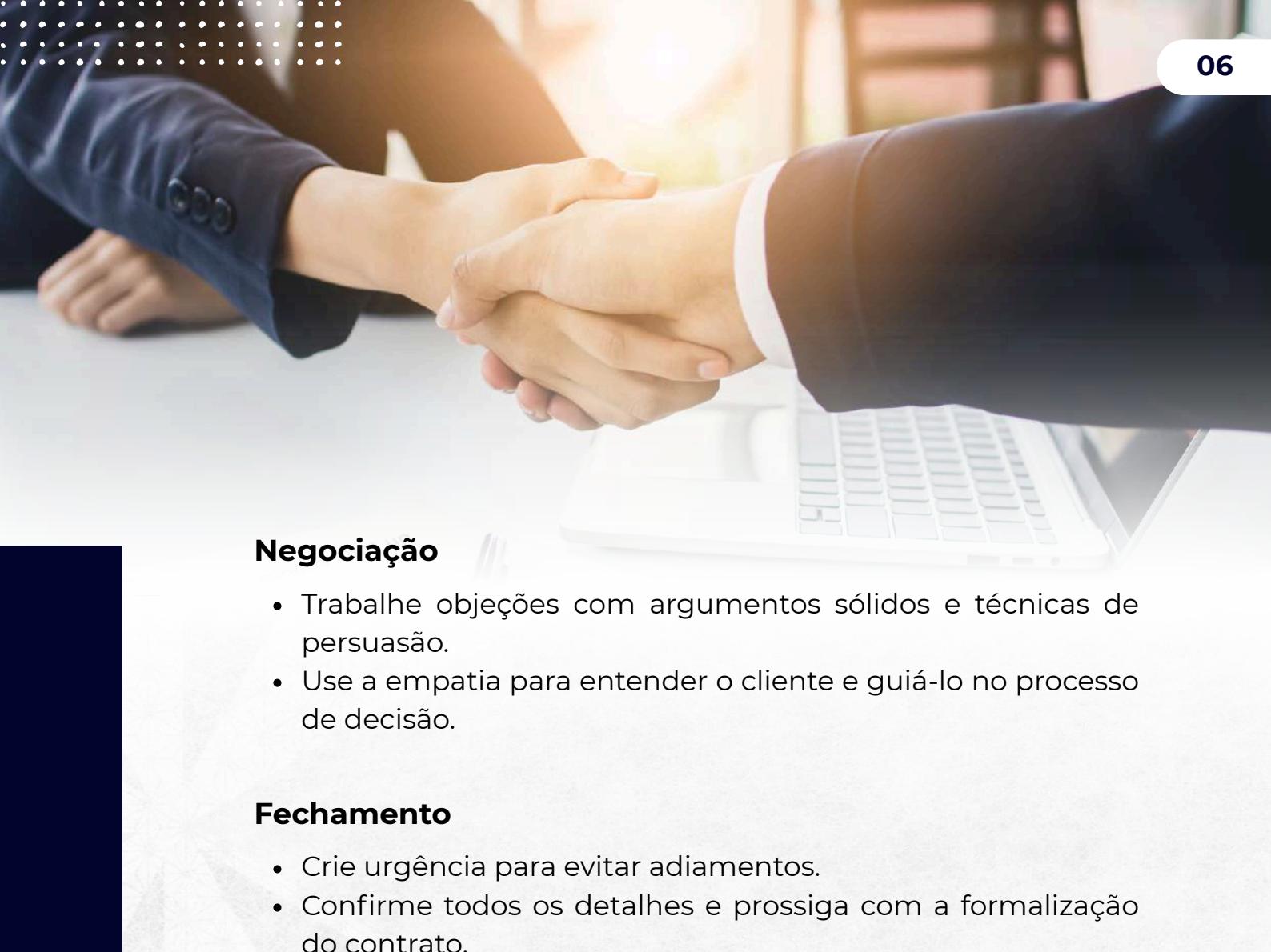
- Identifique clientes potenciais por meio de anúncios, redes sociais, porta ou eventos.
- Use ferramentas digitais para capturar leads e organizar contatos.

Contato

- Faça o primeiro contato com o cliente, apresentando-se e estabelecendo uma conexão inicial.
- Utilize perguntas estratégicas para entender as necessidades e expectativas.

Argumentação

- Identifique as dores do cliente e apresente soluções que atendam a essas necessidades.
- Destaque diferenciais do imóvel, como localização, segurança, e infraestrutura.



Negociação

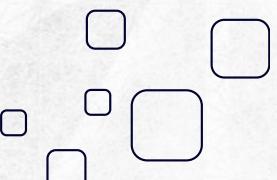
- Trabalhe objeções com argumentos sólidos e técnicas de persuasão.
- Use a empatia para entender o cliente e guiá-lo no processo de decisão.

Fechamento

- Crie urgência para evitar adiamentos.
- Confirme todos os detalhes e prossiga com a formalização do contrato.

O Papel do Acompanhamento

Um dos erros mais comuns no mercado imobiliário é abandonar o cliente após o primeiro contato. O envio regular aumenta significativamente as chances de conversão. Envie atualizações, lembretes e ofertas relevantes, mantendo-se presente sem ser invasivo.



Exemplo prático

Cenário: um cliente que se interessou por um imóvel em um anúncio, mas ainda está avaliando opções.

Ação: envie uma mensagem personalizada destacando os diferenciais do imóvel, como localização e condições especiais. Inclui uma chamada para ação, como agendar uma visita.

Exemplo de mensagem: *"oi [nome], tudo bem? Vi que você se interessa pelo imóvel [descrição]. Ele está localizado próximo a [ponto de referência] e oferece [diferenciais, como preço ou infraestrutura]. Podemos marcar uma visita para você pode encontrá-lo de perto? Tenho horários disponíveis para quinta e sexta-feira."*

Ferramentas e Métricas para o Sucesso

CRM (Customer Relationship Management)

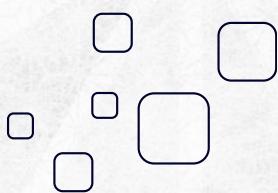
- Organize e acompanhe as atualizações de cada cliente.

Taxa de Conversão

- Monitore o percentual de contatos que avançam para cada etapa.

Tempo de Ciclo de Vendas:

- Meça quanto tempo leva para converter um cliente desde o primeiro contato até o fechamento.



Tipos de clientes e como lidar com eles

Entendendo os Perfis de Clientes

Cada cliente tem seu ritmo, comportamento e barreiras específicas. No mercado imobiliário, os corretores frequentemente encontram três tipos principais de clientes: os que não atendem, os que não retornam e os que apresentam objeções. Para cada um, existe uma estratégia que combina empatia, persistência e técnica.

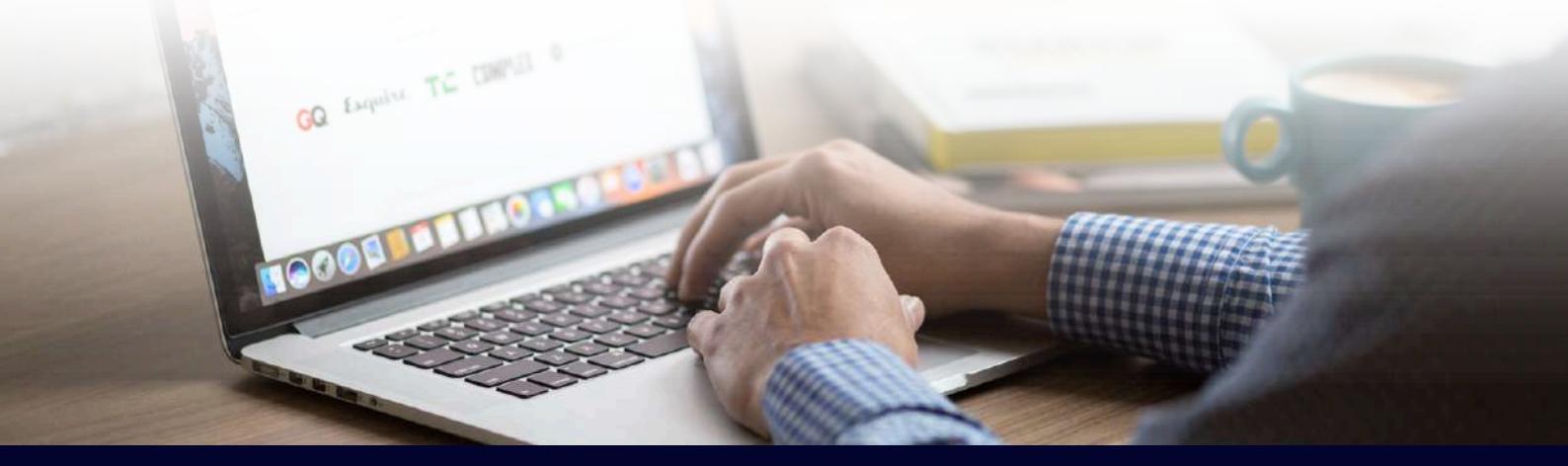
Cliente que Não Atende

Desafios:

- O cliente pode estar ocupado, desinteressado ou indisponível no momento do contato.
- Falta de resposta inicial pode desmotivar o corretor.

Estratégia:

- Vários canais de contato: Se não atender a conexão, envie uma mensagem de texto ou e-mail.
- Seja breve e claro: A mensagem deve chamar a atenção e transmitir o valor do contato.
- Use um gatilho emocional ou de curiosidade: Algo que desperte o interesse do cliente.



ROTEIRO

MENSAGEM DE TEXTO/WHATSAPP

"Olá [Nome], tudo bem? Sou [Seu Nome], corretor de imóveis. Encontrei uma oportunidade incrível que acredito que você vai gostar! Quando podemos conversar rapidamente? Aguardo sua resposta."

E-MAIL:

ASSUNTO: "TENHO ALGO ESPECIAL PARA VOCÊ, [NOME]!"

"Olá [Nome], Sou [Seu Nome], e estou entrando em contato porque encontrei um imóvel que atende exatamente o que você busca: [Diferencial principal, como localização ou preço]. Que tal agendarmos uma conexão rápida? Tenho certeza de que você vai adorar os detalhes. Estou disponível hoje até [Horário]"

Cliente que Não Retorna

Desafios:

- Esse cliente pode ter perdido o interesse ou estar avaliando outras opções.
- Corretores frequentemente perdem o momento certo de reengajamento

Estratégia:

- Reforce o benefício: Destaque por que o imóvel ainda é a melhor escolha.
- Crie urgência: Utilize prazos ou vantagens limitadas.
- Envie lembretes periódicos: Mantenha o contato de forma discreta e amigável

ROTEIRO

MENSAGEM DE TEXTO/WHATSAPP

"Oi [Nome], lembra do imóvel que conversamos? Ele ainda está disponível, mas recebi algumas consultas sobre ele hoje. Que tal marcarmos uma visita antes que outra pessoa aproveite essa oportunidade? Me avise!"

E-MAIL:

ASSUNTO: "ÚLTIMA CHANCE DE CONHECER ESTE IMÓVEL!"

"Olá [Nome], Lembra do imóvel que conversamos? Ele continua disponível, mas o interesse está crescendo rapidamente. Caso ainda esteja procurando algo, posso agendar uma visita para você antes que ele esteja fechado. Fico no aguardo para agendarmos o melhor horário para você [assinatura profissional]

Cliente que Argumenta

Desafios:

- Esse perfil levanta dúvidas ou faz objeções, como preço, localização ou prazo.
- Pode demonstrar interesse, mas hesitar em fechar.

Estratégia:

- Ouça atentamente: Entenda a raiz da objeção antes de responder.
- Responda com empatia: Mostre que você comprehende a preocupação do cliente.
- Use argumentos sólidos: Baseie suas respostas em fatos e benefícios claros. Reforce as dores e soluções

- 
- Reforce as dores e soluções: Destaque como o imóvel resolve o problema do cliente.

ROTEIRO

TELEFONE:

"Entendo sua preocupação, [Nome]. O que posso garantir é que este imóvel oferece [Benefício específico, como proximidade do trabalho ou infraestrutura completa]. Além disso, conseguir [Condição especial, como desconto ou financiamento facilitado], o que torna essa uma oportunidade única. Vamos agendar uma visita para você avaliar pessoalmente?"

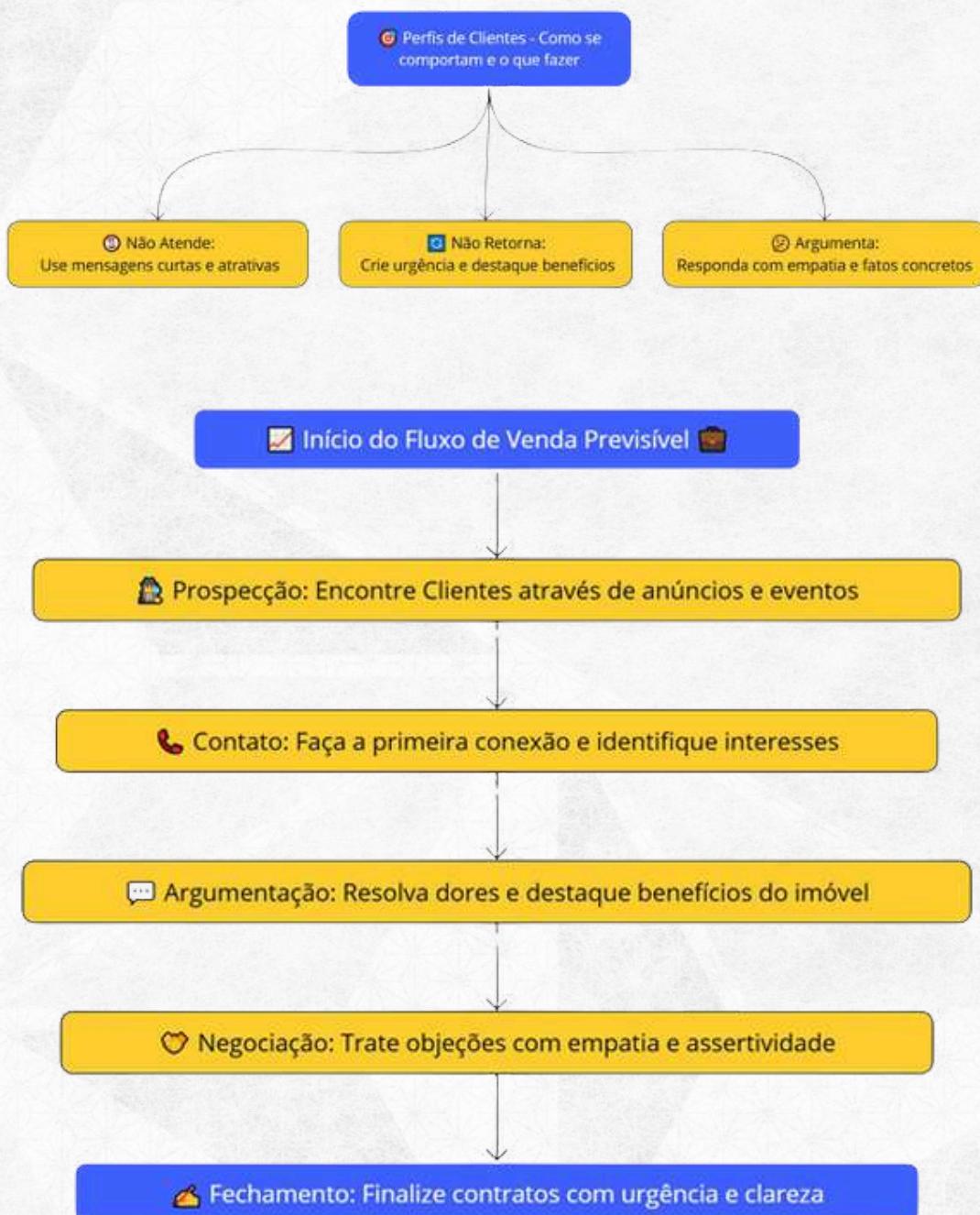
E-MAIL:

ASSUNTO: "RESPONDENDO SUA DÚVIDA, [NOME]"

ASSUNTO: "RESPONDENDO SUA DÚVIDA, [NOME]" "Olá [Nome], Entendi que você está avaliando [Objeção, como o preço ou a localização]. Queria destacar que este imóvel oferece [Benefício direto relacionado à objeção] . Se ainda tiver dúvidas, que tal uma visita? Tenho certeza de que, ao conhecer pessoalmente, você verá o valor que ele oferece.

Conclusão do Capítulo

A chave para lidar com qualquer tipo de cliente é personalizar a abordagem e manter o foco em suas necessidades. Agora que você conhece estratégias práticas para cada situação, está preparado para enfrentar desafios comuns no mercado imobiliário com mais confiança e resultados.



Explorando as dores do cliente

A Importância de Identificar as Dores do Cliente

No mercado imobiliário, entender as dores do cliente é uma base para criar um diálogo persuasivo e significativo. Dores são os problemas, insatisfações ou desejos não atendidos que motivam uma pessoa a buscar soluções, como a compra de um imóvel. Quando você se conecta emocionalmente com essas questões, torna-se mais fácil construir confiança e oferecer imóveis como a solução ideal.

Principais Dores no Mercado Imobiliário

Falta de Segurança

- Clientes que desejam morar em locais tranquilos, longe da criminalidade.
- Solução: destaque imóveis em condomínios fechados, com segurança 24h.

Proximidade ao Trabalho

- Dores: longas horas de deslocamento e custos elevados de transporte.
- Solução: imóveis localizados estrategicamente perto de hubs comerciais.

Espaço para a Família

- Famílias que precisam de mais espaço para os filhos ou animais de estimação.
- Solução: imóveis com área de lazer, quintal ou ambientes integrados.



Investimento Seguro

- Medo de perder dinheiro ou fazer um mau negócio.
- Solução: apresenta o imóvel como uma oportunidade de valorização e segurança.

Realização de Sonhos

- O sonho da casa própria ou de viver em um local idealizado.
- Solução: adicionar emoção à argumentação, conectando-se à realização desse sonho

Como identificar as Dores do Cliente?

Faça as Perguntas Certas

- "O que é mais importante para você em um imóvel?"
- "Quais são os desafios que você está enfrentando em sua busca?"
- "Qual seria o imóvel ideal para você e sua família?"



Ouça Ativamente

- Preste atenção no que o cliente diz e não que não diz diretamente. Muitas vezes, preocupações como o preço escondem uma necessidade maior, como segurança ou espaço.



Observar Pistas nas Conversas

- Palavras como “segurança”, “conforto” ou “proximidade” são indicativos claros das dores.



Conectando a Dor à Solução

Depois de identificar a dor, mostre ao cliente como o imóvel resolve o problema. Use uma estrutura:

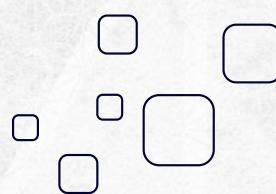
- Dor: Identifique a preocupação do cliente.
- Impacto: Mostre as consequências de não resolver essa questão.
- Solução: Destaque como o imóvel é a resposta ideal.

EXEMPLO

- Dor: "Estou cansado de passar horas no trânsito."
- Impacto: "Além de ser estressante, você acaba perdendo o tempo que poderia estar com sua família."
- Solução: "Este imóvel fica a apenas 10 minutos do seu trabalho. Imagine o quanto isso vai melhorar sua qualidade de vida!"

Conclusão do Capítulo:

Identificar e explorar as dores do cliente não é apenas uma estratégia de venda; é uma forma de construir conexões humanas e oferecer soluções reais. Nos próximos capítulos, você aprenderá a transformar essas conexões em argumentos vencedores com scripts detalhados.



EXERCÍCIO PRÁTICO: CRIANDO ARGUMENTOS BASEADOS EM DORES

Cenário 1: Um jovem casal buscando o primeiro imóvel.

Pergunta: "O que é mais importante para vocês ao escolher um imóvel?"

Resposta: "Queremos algo que se encaixe no nosso orçamento e seja perto do trabalho."

Argumento:

"Tenho uma opção que acredito ser perfeita para vocês: um apartamento que combina preço acessível e é a apenas 5 minutos do trabalho de vocês. Isso não só economiza dinheiro, mas também melhorou o dia a dia de vocês com mais tempo livre. "

Cenário 2: Uma família com filhos pequenos.

Pergunta: "Quais são suas maiores preocupações com um novo imóvel?"

Resposta: "Queremos um local seguro e com espaço para as crianças brincarem."

Argumento:

"Este imóvel é um condomínio fechado, com segurança 24h e uma área de lazer completa, perfeita para seus filhos aproveitarem com tranquilidade."



Scripts Práticos

Introdução aos Scripts

Scripts são ferramentas fundamentais para orientar o corretor em suas interações com clientes. Eles ajudam a manter o foco, transmitir segurança e garantir que as informações sejam fornecidas de forma clara e persuasiva. Este capítulo apresenta exemplos práticos para diferentes situações no mercado imobiliário, incluindo contatos por telefone, mensagens e e-mails.

SCRIPTS PARA TELEFONE

Primeira Ligação: Apresentação Inicial

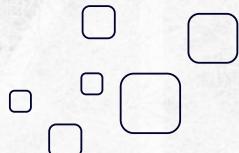
Objetivo: Estabelecer contato e despertar o interesse do cliente.

Exemplo:

"Olá, [Nome]! Tudo bem? Meu nome é [Seu Nome], sou corretor de imóveis da [Imobiliária]. Eu vi que você declarou interesse em imóveis na região de [Localização]. Tenho algumas opções incríveis que podem Responder exatamente o que você está buscando. Podemos conversar um pouco sobre o que é mais importante para você em um imóvel?"

Segunda Ligação: Tentativa de Reengajamento

Objetivo: Reforçar o interesse do cliente que não respondeu na primeira tentativa.



Exemplo:

"Oi, [Nome]! É o [Seu Nome] novamente, da [Imobiliária]. Estava revisando as opções de imóveis e lembrei de uma que pode ser exatamente o que você procura. Está disponível para uma conversa rápida agora ou preferir que eu ligue em outro horário?"

Abordagem Final: Criando Urgência

Objetivo: Motivar o cliente a tomar uma ação imediata.

Exemplo:

"Oi, [Nome]! Tudo bem? Estou ligando para avisar que o imóvel que discutimos está gerando bastante interesse, e há uma chance real de ser negociado nos próximos dias. Gostaria de garantir uma visita antes disso? Posso ajustar minha agenda para você!"

SCRIPTS PARA MENSAGENS (WHATSAPP/SMS)

Primeiro Contato: Introdução Amigável

Exemplo:

"Olá, [Nome]! Sou [Seu Nome], corretor de imóveis. Vi que você se interessou por opções na região de [Localização]. Tenho algo incrível para você! Podemos marcar um local para conversarmos melhor?"

Mensagem de Reengajamento

Exemplo:

"Oi, [Nome]! Tudo bem? Espero que sim. Encontrei um imóvel com [Diferencial, como localização ou preço especial] que achei perfeito para você. Gostaria de agendar uma visita? Tenho horários disponíveis nesta semana."



Mensagem de Urgência

Exemplo:

"Olá, [Nome]! Só para te avisar: o imóvel que conversamos está gerando bastante interesse e pode ser fechado em breve. Se ainda estiver interessado, me avise para que possamos garantir uma visita o quanto antes."

SCRIPTS PARA E-MAILS

Primeiro E-mail: Introdução e Oferta Inicial

Assunto: "Encontrei algo perfeito para você, [Nome]!"

Corpo do E-mail:

"Olá, [Nome],

Sou [Seu Nome], corretor de imóveis, e estou entrando em contato porque encontrei uma oportunidade incrível na região de [Localização]. Este imóvel combina [Diferenciais, como localização ou valor acessível] e acredito que pode ser exatamente o que você procura. Que tal marcar uma visita para você pessoalmente?

[CTA: Clique aqui para agendar sua visita]

Estou à disposição para esclarecer qualquer dúvida [Assinatura profissional]"

E-mail de Reengajamento

Assunto: "Ainda procurar o imóvel ideal?"

Corpo do E-mail:

"Olá, [Nome],

Espero que você esteja bem. Percebi que não tivemos a chance de conversar novamente, e queria compartilhar mais algumas opções que acredito serem interessantes para você. Caso ainda esteja em busca do imóvel ideal, avise-me! Estou aqui para ajudá-lo a encontrar a solução perfeita para suas necessidades

[CTA: Entre em contato agora]

Abraços,

[Assinatura profissional]"

Assunto: "Última oportunidade para este imóvel!"

Corpo do E-mail:

"Olá, [Nome],

O imóvel que discutimos recentemente está em alta demanda e pode ser negociado muito em breve. Se você deseja garantir essa oportunidade, recomendamos agendarmos uma visita o quanto antes.

[CTA: Agenda sua visita agora]

Estou à disposição para ajudar em tudo que precisar

[Assinatura profissional]"

Conclusão do Capítulo:

Scripts são guias que ajudam a moldar a conversa e manter o corretor preparado para qualquer situação. Personalize essas abordagens para atender às características e necessidades do cliente, garantindo uma comunicação eficaz e consistente.

Uso das estratégias deschopenhauer no mercado imobiliário

Introdução às Estratégias de Schopenhauer

Arthur Schopenhauer, filósofo alemão, desenvolveu 38 estratégias para vencer debates que, quando adaptadas, são ferramentas poderosas para o mercado imobiliário. Essas técnicas ajudam a lidar com objeções, persuadir clientes e estruturar argumentos sólidos para fechar vendas com confiança. Neste capítulo, exploraremos cinco estratégias mais úteis para o contexto imobiliário, com exemplos práticos e sugestões de como aplicá-las.

Estratégia 1: Leve o Cliente a Concordar com Pequenos Pontos

Princípio: Reinterpretar a objeção do cliente de forma que ela oferece um benefício ou uma preocupação superável.

Aplicação:

- Cliente: "Achei o preço um pouco alto."
- Corretor: "Compreendo. Você sabia que imóveis nesta região têm alta valorização? Investir agora pode representar uma grande economia a longo prazo."



Estratégia 2: Redefinir o Contexto da Objeção

Princípio: Iniciar a conversa buscando concordâncias em questões menores antes de abordar pontos mais complexos. Isso cria uma sensação de harmonia e abre caminho para argumentos maiores.

Aplicação:

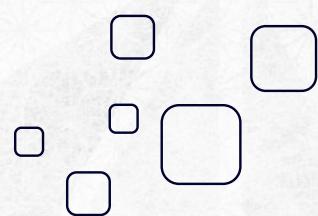
- Cliente: "Estou preocupado com o financiamento."
- Corretor: "Entendo, [Nome]. Podemos concordar que a localização desse imóvel é ótima, certo? Além disso, as condições de financiamento hoje são mais flexíveis do que nunca. Vamos analisar juntos?"

Estratégia 3: Use Exemplos e Analogias

Princípio: Torne o argumento mais claro e convincente utilizando exemplos ou comparações que o cliente possa facilmente entender.

Aplicação:

- Cliente: "Não tenho certeza se vale a pena comprar agora."
- Corretor: "Comprar um imóvel é como plantar uma árvore. Quanto mais cedo você planta, mais rápido ela cresce e dá frutos. Hoje, com as condições que temos, este é o momento certo para começar."



Estratégia 4: Apele à Emoção

Princípio: As decisões muitas vezes são guiadas pela emoção mais do que pela lógica. Toque no sonho ou desejo do cliente.

Aplicação:

- Cliente: "Estou indeciso entre este imóvel e outro."
- Corretor: "Entendo, mas imagine que você e sua família desfrutem dessa varanda todos os dias, com essa vista incrível. É algo que vale muito mais do que apenas uma escolha prática, não acha?"

Estratégia 5: Diminua a Objeção com Comparações

Princípio: Mostre como a objeção do cliente é pequena em comparação aos benefícios do imóvel.

Aplicação:

- Cliente: "O condomínio é um pouco caro."
- Corretor: "É verdade, mas considere que ele inclui segurança 24h, áreas de lazer completas e manutenção. Se você somar esses serviços individualmente, verá que está economizando."





EXEMPLO PRÁTICO: APLICAÇÃO COMBINADA DE ESTRATÉGIAS

Cenário: Um cliente está hesitando em fechar uma compra devido ao valor do imóvel.

Corretor:

Entendo sua preocupação, [Nome]. Mas podemos concordar que a localização deste imóvel é excelente, certo? (Estratégia 1)

Agora, pense comigo: o preço reflete o valor que ele oferece, como a proximidade ao centro e a valorização esperada. (Estratégia 2)

Comprar um imóvel como este é como investir em algo que só cresce em valor com o tempo, especialmente em uma região tão procurada. (Estratégia 3)

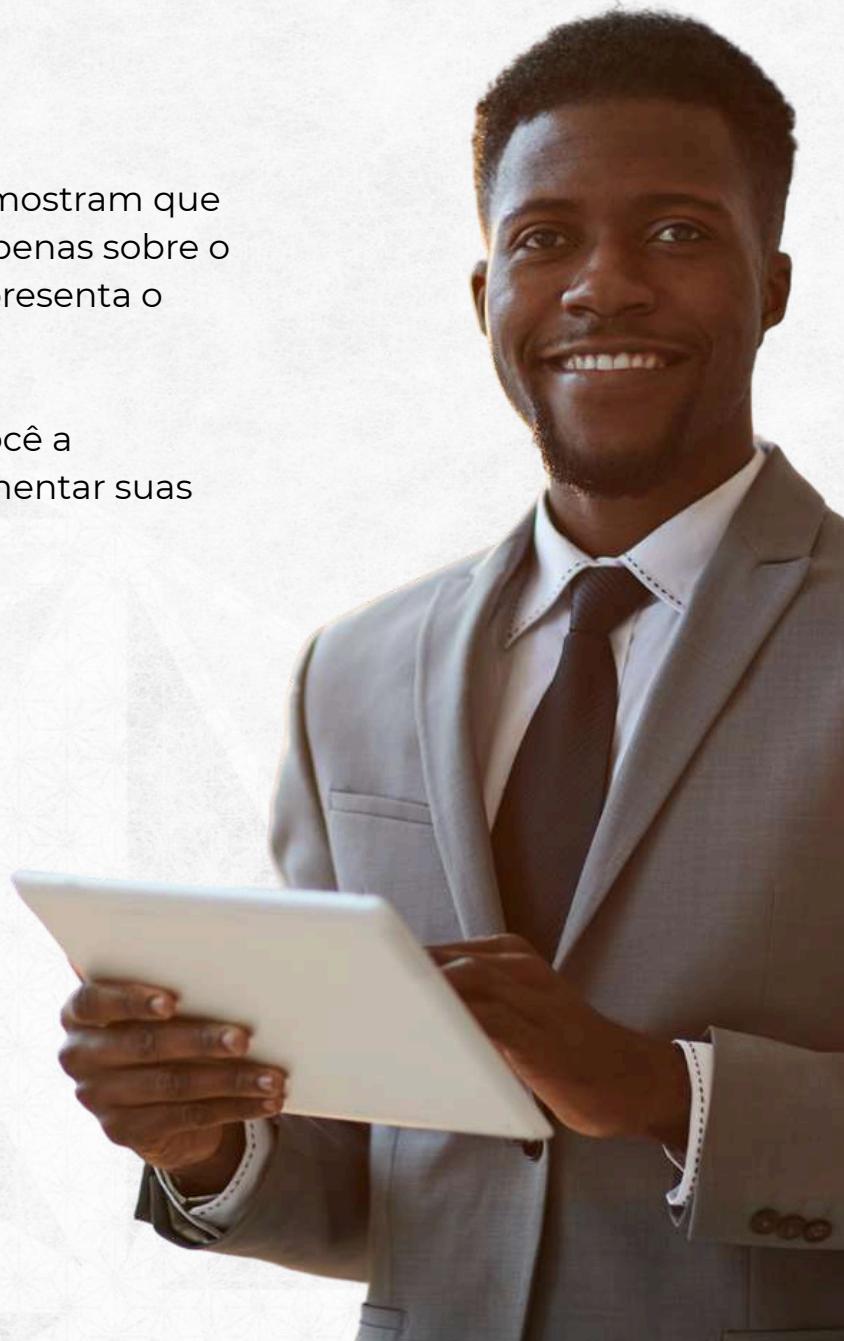
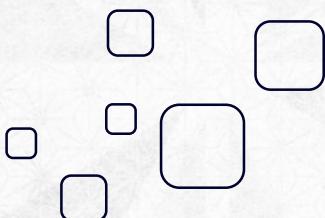
Imagine viver aqui, sem preocupações com trânsito e aproveitando o tempo extra com sua família. (Estratégia 4)

Além disso, a diferença no preço em comparação com imóveis similares é pequena quando você considera tudo o que ele oferece. (Estratégia 5)

Conclusão do Capítulo:

As estratégias de Schopenhauer mostram que vendas bem-sucedidas não são apenas sobre o produto, mas sobre como você apresenta o produto e responde às objeções.

Dominar essas técnicas ajudará você a argumentar com confiança e aumentar suas chances de fechar negócios.



Conclusão e próximos passos

Resumo do eBook

Neste material, exploramos como transformar suas interações com clientes no mercado imobiliário em abordagens mais estratégicas e eficazes. Desde a estruturação de um fluxo de vendas previsível até o uso de estratégias filosóficas ferramentas de Arthur Schopenhauer, este eBook foi projetado para oferecer práticas que ajudem você e sua equipe a superar desafios comuns e conquistar resultados consistentes.

Principais Aprendizados:

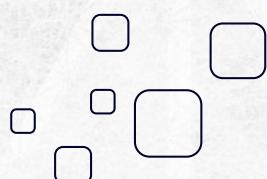
Fluxo de Vendas Previsível: Como organizar e conduzir cada etapa, do primeiro contato ao fechamento.

Tipos de Clientes: Estratégias personalizadas para lidar com quem não atende, não retorna ou apresenta objeções.

Dores do Cliente: Como identificar e explorar as necessidades emocionais e práticas dos clientes.

Scripts Práticos: Modelos claros e diretos para telefone, mensagens e e-mails.

Estratégias de Schopenhauer: Técnicas avançadas para argumentação e persuasão no mercado imobiliário.





Próximos Passos

Implemente o Aprendizado:

- Coloque em prática os roteiros e estratégias apresentados.
- Personalize as abordagens para atender as especificidades de seus clientes e região.

Treine sua equipe:

- Use este eBook como um guia para treinamentos.
- Faça simulações de atendimento com os corretores, utilizando os exemplos e cenários apresentados.

Monitore os resultados:

- Avalie a eficiência do fluxo de vendas e das abordagens adaptadas.
- Utilize ferramentas como CRM para acompanhar os leads e medir o sucesso.

Aperfeiçoe Sempre:

- Reavalie continuamente os métodos e resultados, ajustando onde for necessário.
- Mantenha-se atualizado com as tendências do mercado imobiliário e novas técnicas de vendas.

Mensagem Final

O mercado imobiliário exige mais que um bom portfólio de imóveis. Ele exige corretores preparados para compreender as necessidades e emoções dos clientes, apresentando soluções personalizadas e vencer objeções com argumentos sólidos. Este e-book é seu guia para dominar essas habilidades e alcançar novos patamares de sucesso.

Lembre-se: vender é mais do que negociar imóveis; é transformar sonhos em realidade.

Referências bibliográficas

Schopenhauer, Artur. As 38 Estratégias para Vencer Qualquer Debate . Traduzido por [Nome do Tradutor, se disponível]. Editora [Nome da Editora], Ano de Publicação.

Kotler, Philipe Keller, KevinLane. Administração de Marketing . Editora Pearson, 15^a edição, 2015. [Conceitos aplicáveis ao mercado imobiliário, como comportamento do consumidor e estratégias de venda.]

3.Carnegie, Dale. Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas . Editora Nacional, 1936. [Técnicas de comunicação e persuasão aplicáveis ao atendimento ao cliente.]

Pink, Daniel H. Vender é Humano: A Surpreendente Verdade sobre como Convencer os Outros . Editora Intrínseca, 2013. [Exploração de aspectos emocionais e comportamentais na arte da venda.]

Dantas, Gustavo. Vendas 4.0: Como Aumentar Vendas e Conquistar Clientes no Novo Mercado Digital . Editora Gente, 2020. [Estratégias de vendas aplicáveis a canais digitais.]

Gitomer, Jeffrey. A Bíblia de Vendas: O Guia Definitivo para o Sucesso em Vendas . Editora M.Books, 2008. [Princípios fundamentais para construir relações de confiança com clientes.]

Material Interno: Estudos de Mercado e Dados do Mercado Imobiliário Brasileiro .

[REDACTED]