

COMO UMA IMOBILIÁRIA INVESTIU 257 REAIS E EM 15 DIAS VENDEU UM IMÓVEL NO FACEBOOK

O empreendedor Bruno Henrique usou estratégias de e-mails e anúncios no Facebook, e vendeu um imóvel em 15 dias.

OS RESULTADOS ALCANÇADOS

- Vendeu um imóvel de 190 mil reais investindo 257 reais em anúncios do Facebook;
- Conquistou um ROI de 3.791,04%;
- Capturou 153 leads em 15 dias de campanha;
- 19 pessoas na fila de espera para comprar um imóvel igual ao anunciado.

A HISTÓRIA: VENDEU UM IMÓVEL COM O FACEBOOK

Bruno Henrique mora em São José dos Campos, em São Paulo.

Ele usa todo o potencial da Internet e do Facebook para gerar mais resultados e vender mais.

Antes de tudo isso, Bruno foi sócio da imobiliária [Master Ville Imóveis](#). Na empresa cuidava da equipe de marketing e de vendas, o que gerou para ele um grande aprendizado sobre o mercado de imóveis.

O DESAFIO: COMEÇAR DO ZERO

O desafio de Bruno Henrique começou há alguns meses com a Master Ville Imóveis, uma imobiliária de São José dos Campos.

A imobiliária precisava vender um único imóvel, uma casa no valor de 190 mil reais, e a missão de Bruno era gerar essa venda.

“Eu não sabia o que postar, o que era realmente relevante para minha audiência, não sabia como fazer capas e posts personalizados, não fazia ideia de que existia um gerenciador de negócios, para mim era apenas a página e as opções de impulsionar posts...” Bruno Henrique

Como imóveis são bens com alto valor agregado, muitas pessoas não acreditam que seja possível gerar vendas através de redes sociais.

Porém, Bruno acreditou no Facebook como ferramenta principal para fazer a captura de possíveis clientes e a venda.

“Aparentemente parece ser um pouco mais difícil gerar resultados para uma imobiliária usando o Facebook, porém após aplicar o conceito dos 3 pilares: “Atrair, engajar e converter” tudo ficou mais fácil. Criei um e-book para atrair a audiência específica”. Bruno Henrique

Focou em desenvolver estratégias com o conceito de “atrair, engajar e converter”.

Para começar, descobriu quem era o público-alvo da empresa: pessoas com renda de até R\$3.000,00 que gostariam de comprar o primeiro imóvel pelo plano Minha Casa Minha Vida.

Após isso, investiu seu tempo na criação de um e-book que chamasse a atenção do público para gerar uma lista de possíveis clientes para a imobiliária.

O e-book: *“Aprenda o passo a passo para comprar seu primeiro AP com 25 mil de desconto do Governo”*, foi anunciado no Facebook Ads com um investimento de R\$ 257 reais.

COMO RESULTADO, CONSEGUIU 153 INSCRITOS EM SUA LISTA DE E-MAILS.

Então, essas pessoas entraram em um funil de venda. Ou seja, receberam uma sequência de 7 e-mails que continham conteúdos e dicas sobre documentação, financiamento ou planejamento de compra de imóveis.

Tudo isso, tinha um único objetivo: que elas entrassem em contato com a imobiliária para conhecer o imóvel de 190 mil reais que estava à venda.

Após 15 dias, o imóvel foi comprado. Além disso, desta lista, mais 19 pessoas entraram na fila de espera para comprar uma casa igual a anunciada.

“O principal objetivo da campanha era vender um único imóvel, uma casa nova no valor de 190 mil reais, sendo a comissão da imobiliária de 10 mil reais. No fim, esse imóvel foi vendido com um investimento de R\$257 em ADS durante 15 dias”. Bruno Henrique