

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Melhorias para o departamento de vendas: Estudo de Caso da Pointer Imóveis
Sales Department Improvements: Pointer Imóveis Case Study

Anderson Antony Rodrigues Assis
anderson.pointerimobiliaria@gmail.com
[CPF: 700.482.771-26](https://cpf.receita.fazenda.gov.br/CPF/consultarCPF.aspx?CPF=700.482.771-26)

Prof. Miriam de Castro Roriz
miriammoema@yahoo.com.br

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral a realização de uma proposta de melhorias para o departamento de vendas da Empresa Pointer Imóveis, com base na utilização das ferramentas da matriz SWOT, a fim de demonstrar resultados positivos e eficazes para o aumento de vendas de imóveis na empresa analisada. A pesquisa procurou, além de analisar o mercado imobiliário goiano, desenhar o funcionamento de todo o processo de vendas da empresa para identificar os pontos fortes e os pontos fracos na análise interna da organização e detectar as principais ameaças enfrentadas, bem como as oportunidades possíveis de serem exploradas para fundamentar a elaboração de uma proposta de melhorias para a empresa. A ferramenta utilizada subsidiou algumas orientações sobre gestão e planejamento estratégico futuro, necessários para o alcance de sua missão com vistas a se tornar uma das maiores imobiliárias no segmento de venda de imóveis no Estado de Goiás. A metodologia utilizada no trabalho foi a pesquisa descritiva, pesquisa qualitativa, pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, buscando assim a melhor análise possível do Departamento de Vendas Pointer Imóveis. Os resultados obtidos demonstraram a importância da promoção de treinamentos e cursos de capacitação aos corretores e colaboradores, bem como o aperfeiçoamento de técnicas e estratégias de vendas, com vistas a aperfeiçoar conhecimentos técnicos para culminar no aumento progressivo de vendas dos imóveis.

PALAVRAS CHAVES: Matriz Swot, pontos fortes, pontos fracos, mercado imobiliário.

ABSTRACT:

The present work has as general objective the realization of an improvement proposal for the sales department of the Company Pointer Imóveis, based on the use of the tools of the SWOT matrix, in order to demonstrate positive and effective results for the increase of real estate sales in analyzed company. The research

sought, in addition to analyzing the real estate market in Goiás, to design the operation of the entire sales process of the company to identify the strengths and weaknesses in the organization's internal analysis and to detect the main threats faced, as well as possible opportunities for exploited to support the development of a proposal for improvements for the company. The tool used subsidized some guidelines on management and future strategic planning, necessary for the achievement of its mission with a view to becoming one of the largest real estate companies in the property sales segment in the State of Goiás. The methodology used in the work was the company's descriptive research, qualitative research, bibliographic research and field research, thus seeking the best possible analysis of Pointer Imóveis

The results obtained demonstrated the importance of promoting training and qualification courses for brokers and employees, as well as improving sales techniques and strategies, with a view to improving technical knowledge to culminate in the progressive increase in property sales.

KEYWORDS: *Swot analysis, strengths, weaknesses, real estate market.*

1 INTRODUÇÃO

O mercado imobiliário brasileiro viveu a última década de muito dinamismo e passou por duas fases bastante distintas. Primeiro, acompanhando o ciclo econômico do país em alta, experimentou um forte crescimento e registrou o auge da prosperidade. Porém, com a desaceleração da economia brasileira nos anos mais recentes, entrou em uma curva descendente significativa.

Em 2008, a crise imobiliária dos Estados Unidos refletiu de forma negativa em todo o mundo. Foi justamente neste pós-crise que a economia brasileira começou a dar sinais de prosperidade e o mercado imobiliário seguiu a mesma tendência. Afinal de contas, com uma economia fortalecida e estável, há uma melhora na empregabilidade, na renda e na confiança do consumidor com o futuro, características que garantem condições propícias para o investimento em um imóvel.

De acordo com levantamento global feito em 54 países pelo Banco de Compensações Internacionais (BID, na sigla em inglês), instituição que funciona como o Banco Central dos bancos centrais, a valorização imobiliária no Brasil foi de 121% nos cinco anos seguintes ao período pós-crise de 2008. Entre 2008 e 2011, a valorização anual ficou acima dos 20%.

Em 2015 os bancos começaram a sentir a grave crise iniciada pelo país, diminuiu o financiamento de 80% para 50%, obrigando os compradores a ter que dar uma entrada maior, consequentemente diminuindo o número de compradores.

Após essa crise, o ano de 2019 deu sinal positivo para o mercado imobiliário que voltou a crescer, porém, veio a pandemia do Corona vírus, um fenômeno mundial que causou mudanças na rotina da população e grande e expressiva queda na economia dos países. Mesmo em meio à pandemia da covid-19, o mercado imobiliário apresenta forte crescimento. Segundo o balanço mensal da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), houve um aumento de 58% nas vendas de novas unidades habitacionais em julho, em comparação ao mesmo mês no ano passado. A resposta do mercado a

pandemia, se veio com a facilidade principalmente do financiamento bancário e a queda da taxa de juros que não se via a muitos anos.

O presente projeto tem por objetivo identificar os pontos fortes e os pontos fracos, analisando as ameaças e as oportunidades, com a finalidade de elaborar propostas de melhorias para a Pointer Imóveis.

Este projeto tem alguns objetivos específicos como fazer diversas análises e diagnósticos de todos os processos de vendas para poder entender como funciona todo o departamento de vendas e seus clientes. Com este processo bem definido é possível observar como a empresa e seus corretores reagem a cada situação. Identificando os gargalos e buscar ensinar e melhorar cada detalhe para atingir o objetivo da empresa.

Implementar um novo modelo de gestão comportamental e administrativa a fim de desenvolver em nossos corretores o comportamento ideal a frente dos clientes.

Para a empresa, será de suma importância, pois quase todas as empresas do ramo sentem dificuldades parecidas em seu início, e, com este diagnóstico será importante para poder saber o melhor caminho a se seguir.

REFERENCIAL TEÓRICO

A origem da técnica SWOT aconteceu na década de 60, porém, na década de 70, a Universidade de Stanford *Research Institute* desenvolveu um projeto de pesquisa coordenado por Albert Humphrey, tendo como financiadores cerca de 500 corporações consideradas as maiores da época que concederam dados e informações para análise, com o objetivo de identificar quais os motivos que levaram os planejamentos corporativos daquela época a falhar, de acordo com Tarapanoff *apud* Lima, 2001.

A análise de SWOT é um método de planejamento estratégico e gestão que tem o intuito de determinar fatores específicos que contribuam para um diagnóstico claro e eficaz sobre determinado negócio

Esta ferramenta define pontos fortes e fracos, identifica oportunidades e aponta para possíveis ameaças do mercado, fatores essenciais na análise e identificação do cenário em que a empresa se encontra e na elaboração de táticas e estratégias para um plano de ação. (TOLEDO, 2014)

A doutrina especializada no assunto considera que análise swot é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização.

É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão.

Para Rodrigues (2005) se a empresa visar o alinhamento de críticas de sucesso (fraquezas e ameaças) com os fortes (força e oportunidades), ela será competitiva no mercado, sendo assim, poderá satisfazer as oportunidades de mercado, em longo prazo.

A função da análise de Swot é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. A avaliação estratégica realizada a partir da matriz SWOT é uma das ferramentas mais utilizadas na gestão estratégica competitiva. Trata-se de relacionar as

oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas mapeadas no ambiente interno da organização. As quatro zonas servem como indicadores da situação da organização, de acordo com Chiavenato apud Silva, 2003.



Figura 01: Matriz Swot
Fonte: adaptado Sorvillo 2018

A análise de Swot, tem alguns objetivos, dentre os principais estão, a elaboração de uma síntese das análises externas e internas, identificar itens chave para a gestão da organização, o que implica estabelecer prioridades de atuação, preparar opções estratégicas: riscos e problemas a resolver. (OLIVEIRA, 2018)

É através da análise que conseguimos o diagnóstico da empresa: fortalecimento dos pontos positivos, indicação dos pontos que devem ser melhorados, chances de crescimento, aumento das oportunidades, etc.

Possibilita, ainda, realizar previsão de vendas em conformidade com as condições de mercado e capacidades da empresa no geral, através da análise do ambiente interno (Forças e Fraquezas) – integração e padronização dos processos, eliminação de redundância e foco na atividade principal bem como no estudo do ambiente externo (Oportunidades e Ameaças) e confiança nos dados, informação imediata de apoio à gestão e decisão estratégica e redução de erros.

O ambiente interno pode ser controlado pela direção da empresa. Nesse ambiente, quando existe um ponto forte, ele deve ser incentivado ao máximo e quando for percebido um ponto fraco, a empresa deve agir para controlá-lo ou, pelo menos, minimizar os seus efeitos.

Já o ambiente externo está totalmente fora do controle da empresa - as ações de um concorrente direto, por exemplo. Nesse caso, a empresa deve conhecê-lo e monitorá-lo com frequência, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças. Evitar as ameaças externas nem sempre é possível - uma nova política cambial, por exemplo -, porém, pode-se fazer um planejamento de contingência para enfrentá-las, diminuindo seus efeitos.

A análise SWOT deve ser utilizada, como uma ferramenta útil, entre o diagnóstico e a formulação da estratégia que será executada. Com isto, podemos observar a grande importância desta ferramenta para a Pointer Imóveis, pois com ela poderemos encontrar todos os seus pontos fracos

e gargalos que precisam ser trabalhados e melhorados, e incentivar os pontos fortes a serem ainda mais aperfeiçoados, com o intuito de buscar sempre a melhor performance possível.

Dentro da empresa devemos classificar o desempenho e a importância das características de quatro esferas gerenciais: marketing, finanças, produção e organização,

Marketing: Distribuição, equipe de vendas, *Market share* e cobertura geográfica, preços, qualidade de produtos e serviços, reputação da empresa, satisfação e retenção de clientes

Exemplos de forças de marketing: equipe de vendas experiente; canais de distribuição bem desenvolvidos; marca conhecida.

Exemplos de fraquezas de marketing: produtos com fama de baixa qualidade; atendimento ao cliente lento e pouco efetivo; preços pouco competitivos.

Financeiro: Caixa, capital, solidez

Exemplos de forças financeiras: empresa capitalizada; uso de bons softwares financeiros empresariais.

Exemplos de fraquezas financeiras: empresa sem acesso a crédito; assessoria contábil fraca e ineficiente.

Produção: Capacidade produtiva, conhecimento técnico, economia de escala, instalação / maquinário, qualificação da mão de obra

Exemplos de forças de produção: processos automatizados; maquinário moderno; excelente equipe de manutenção.

Exemplos de fraquezas de produção: mão de obra sem o treinamento necessário; equipamentos poluentes e que gastam muita energia; falta de planejamento de lotes econômicos de produção.

(OLIVEIRA,2018)

Gestão: Capacidade de adaptação, empreendedorismo, liderança, motivação dos colaboradores

Exemplos de forças de gestão: planejamento estratégico bem feito, uso de softwares de gestão empresarial.

Exemplos de fraquezas de gestão: uso de controles em planilhas eletrônicas, papel e e-mail; lideranças com pouca experiência.

Para se obter uma boa gestão, devemos analisar tudo aquilo que influencia no desenvolvimento da empresa, portanto, a mesma fornece também os tópicos oportunidades e ameaças, para que também seja observado o ambiente externo, o que pode ser uma brecha ou chance na praça, sendo assim, uma oportunidade, ou qualquer tipo de ameaça, podendo ser uma advertência ou amedrontamento no mercado externo, que a empresa está sujeita a ter.

O ambiente externo são fatores sobre os quais a organização não tem controle, como por exemplo, taxa de juros, políticas ambientais, crises econômicas eleições, mudanças de legislação.

Por fim, deve se considerar que, apesar da empresa não ter controle sobre o ambiente externo, ela deve monitorar as ações e processos internos a fim de evitar imprevistos prejudiciais á gestão interna da organização.

Metodologia

Esta pesquisa classifica-se como de natureza descritiva, pois faz-se uma análise minuciosa da Pointer Imóveis, descrevendo a sua realidade.

Foi utilizado também pesquisa qualitativa, pois a pesquisa qualitativa argumenta os resultados do estudo por meio de análises e percepções. Nesse processo da pesquisa acadêmica, não se busca números para compor um resultado efetivo, mas sim, a compreensão de uma trajetória que levou ao problema do trabalho.

Portanto, ela é baseada em um aprofundamento de dados que chamamos de não-mensuráveis. Isso porque, os resultados de uma pesquisa qualitativa são focados no ponto de vista do entrevistado. (DOITYTEAM,2019)

Utilizou-se da Pesquisa Bibliográfica, que é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros, artigos científicos e pesquisas. (GIL, 2008)

Ao final, utilizou-se a Pesquisa de campo, que para Tumelero,(2018), tem a finalidade de observar fatos e fenômenos da maneira como ocorrem na realidade por meio da coleta de dados.

Posteriormente, tais dados serão analisados e interpretados com base em uma fundamentação teórica sólida e bem fundamentada.

A pesquisa de campo utilizada foi na elaboração de questionários com o intuito de entender melhor e encontrar seus pontos fortes e fracos e os da empresa.

Serão entrevistados na pesquisa um universo de 20 colaboradores da equipe de vendas Pointer Imóveis

PESQUISA ANÁLISE DE SWOT DA POINTER IMÓVEIS

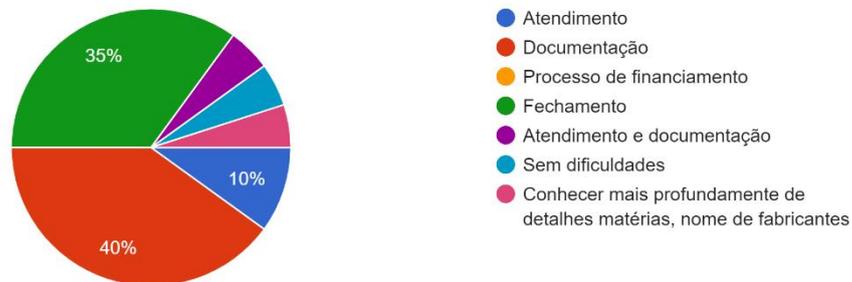
RESULTADOS

A pesquisa realizada na empresa Pointer Imóveis teve como objetivo identificar pontos fortes e pontos fracos para propor propostas de melhorias a mesma.

A pesquisa foi realizada com um universo de 20 funcionários sendo que os resultados deverão subsidiar as propostas de melhoria, objeto deste estudo para o crescimento da empresa analisada.

Figura: 01

Qual a maior dificuldade do corretor da Pointer Imóveis perante o processo de vendas?
20 respostas



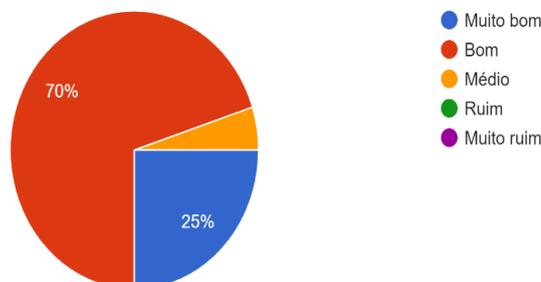
Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

Para entender os maiores gargalos da empresa, é necessário conhecer cada funcionário e descobrir qual sua maior dificuldade perante seus afazeres, para, assim, poder auxiliá-lo melhor a sanar suas dúvidas e aumentar seus rendimentos.

Essa pergunta sugere, além das alternativas fornecidas pelo pesquisador, a opção ao entrevistado de responder outra alternativa conforme sua opinião. Na grande maioria dos entrevistados, observa-se que a maior dificuldade do corretor da Pointer Imóveis é na parte final do processo de vendas, sendo a parte de documentação, 40% e de fechamento, 35%, em terceiro colocado, encontra-se uma certa dificuldade perante o atendimento aos clientes, com 10%, os demais marcaram 5%, incluindo nome de fabricantes, atendimento e documentação.

Figura: 02

Para você, qual o nível de primeiro atendimento dos funcionários? (secretaria e marketing)
20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

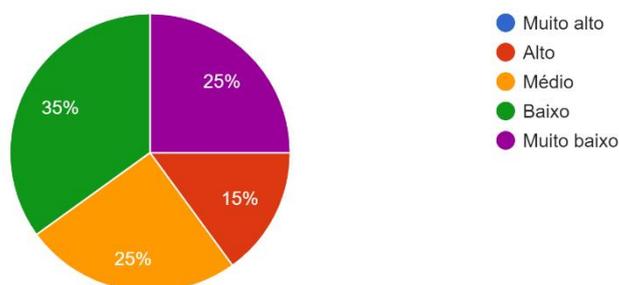
O primeiro atendimento é de extrema importância, pois é o primeiro contato com o cliente comprador; a primeira impressão é a que fica de mais importante na maioria das vendas, e, sendo assim, difícil de reverter o atendimento inadequado, gerando constrangimentos e necessidade de mudança.

Quando um cliente liga para a empresa é feita uma filtragem, chamada de funil de vendas, que serve para dar o primeiro atendimento e poder passar ao corretor responsável um atendimento mais filtrado e facilitado. Nesse caso, os funcionários acreditam que o primeiro atendimento dos funcionários da Pointer Imóveis como aquele realizado por secretárias e o pessoal do marketing, está bom, representando 70%, outros 5% acreditam estar médio, e, necessitando de uma melhoria, e 25% acham que o atendimento está muito bom.

Figura:

03

Com qual frequência é feito treinamento na empresa?
20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O treinamento é de extrema importância para o crescimento de toda empresa; o treinamento é um procedimento educacional, cuja finalidade é fazer com que as pessoas consigam adquirir atitudes, competências e conhecimentos necessários para suprir todas as dificuldades individuais e coletivas perante os clientes e a empresa.

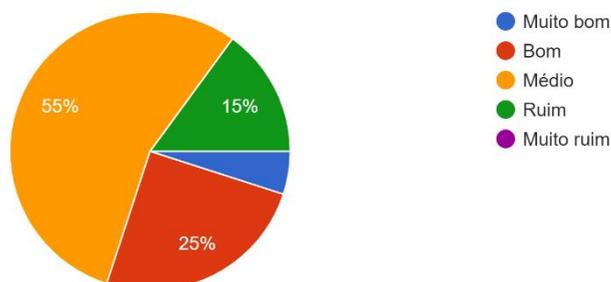
Com isso, observa-se que o nível de treinamento da Pointer Imóveis é baixo, sendo este o pior item da empresa, gerando um certo constrangimento entre os funcionários, pois é com o treinamento que se identifica e auxilia os colaboradores a buscar melhorias.

A maioria dos funcionários, com 35% concorda que o treinamento é baixo, 25% considera como muito baixo e médio e, 15% considera como sendo bom.

Figura: 04

Você acha que os Leads recebidos são devidamente qualificados?

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O mercado imobiliário no século XXI mudou em muitos aspectos junto com a evolução da tecnologia; clientes surgiam por meio de indicações ou número de telefones em placas, e, com a evolução das mídias digitais, surgiu um novo meio de divulgação feito por mídias sociais e portais online. Hoje, a maioria dos clientes surge por meio da internet, criando o que chamamos de Leads, que são informações de contatos de clientes fornecidos por meio das mídias sociais.

Para a qualificação dos clientes, é necessário fazer uma filtragem dos clientes recebidos, chamado de funil de vendas, que é um modelo estratégico separado por estágios, estruturando, de forma visual, toda a jornada de compra de um cliente em potencial, entendendo o que cada um está buscando.

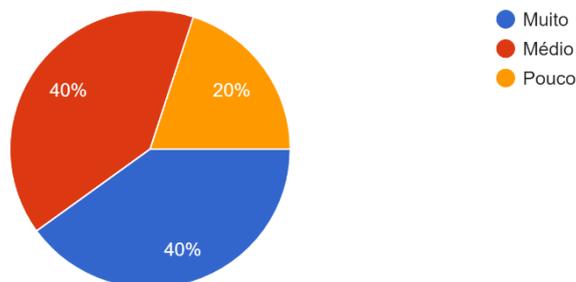
Com isso, a maioria dos funcionários identificou como sendo média a qualificação de leads recebidos, com 55%; 15% como ruim, 25% sendo bom e 5% muito bom.

Figura:

05

Na sua visão os corretores se preocupam com seu marketing pessoal? (como vestimentas, camisas, calças, sapatos e acessórios)

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O marketing pessoal consiste em técnicas de imagem que uma pessoa transmite para outra; a fim de melhorar a imagem do profissional diante do cliente, fornecedor, gestor e colegas de trabalho.

Na área de vendas, é importante, pois as pessoas observam e julgam, o que pode até gerar Rapport, que é um conceito do ramo da psicologia que significa uma técnica usada para criar uma ligação de sintonia e empatia com outra pessoa, facilitando o processo de atendimento com o cliente.

Neste quesito, vestimentas como camisas, calças, sapatos, relógios e demais acessórios estão entre itens do marketing pessoal.

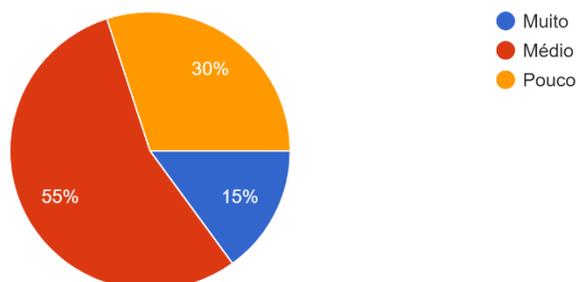
De acordo com a opinião dos corretores, 40% deles acreditam que a maioria se preocupa muito em questões referentes ao seu marketing pessoal, e em uma minoria, 20% se preocupa pouco.

Figura:

06

Na sua visão os corretores se preocupam com sua imagem digital? (mídias sociais como facebook, instagram, Twitter)

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

As mídias digitais são as plataformas mais comuns de interações entre pessoas no mundo hoje, tanto para pessoas físicas como pessoas jurídicas.

Com isso, muitos usuários de contas físicas utilizam de suas contas para se apresentar como um profissional da área, e existem os que utilizam de suas contas para ser o misto entre física e jurídica.

Para a área de corretagem, é extremamente importante para o profissional angariar o número máximo de clientes possíveis, aumentando a possibilidade de vendas.

Com isso, muitos utilizam das mesmas para se apresentar e divulgar imóveis, ter uma imagem de um profissional da área e outros que utilizam somente para lazer do seu dia a dia.

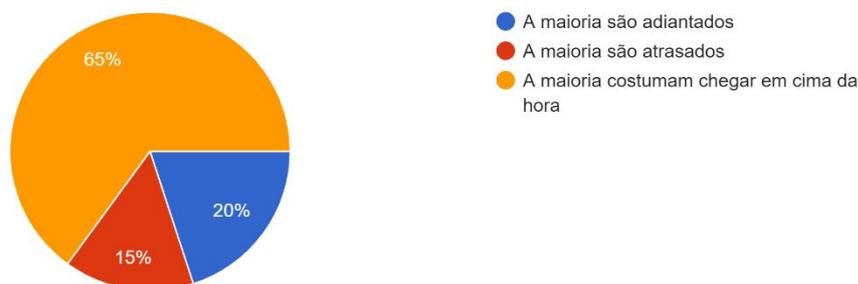
Na visão dos corretores da Pointer, a maioria se preocupa mais ou menos com sua imagem digital para se apresentar como um corretor da área, outros 30% se preocupam pouco e outros 15% se preocupam muito.

Figura:

07

No geral, você acha que os corretores são pontuais em seus atendimentos?

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

Após o primeiro atendimento e a conversa inicial com seus clientes, os corretores vão em busca de marcar uma visita com os clientes compradores, com o intuito de ligar as partes do cliente comprador, ao imóvel e ao cliente vendedor.

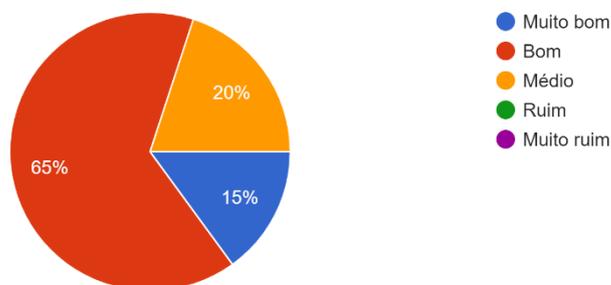
Neste momento, é muito importante a pontualidade de ambas as partes para não gerar constrangimentos e desavenças, tanto com corretores e clientes. De acordo com os trabalhadores da Pointer Imóveis, a maioria dos corretores costuma chegar em cima da hora em seus atendimentos, com cerca de 65%, em segundo lugar com 20% acreditam que a maioria são adiantados e outros 15% acham que os corretores costumam chegar atrasados.

Figura:

08

Você acha que os corretores tem uma linguagem assertiva com os clientes? A forma que se dialoga com o cliente

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

Não existe uma forma 100% correta de se trabalhar no mercado imobiliário, pois é um mercado muito dinâmico e tem vários fatores diferentes de uma venda para outra, com cada cliente tendo suas especificidades e características pessoais.

Por isto, a linguagem assertiva, que é uma forma mais formal que busca o Rapport com os clientes, se torna importante, pois procura se ajustar com cada um da forma em que busca ter maior interação com os clientes.

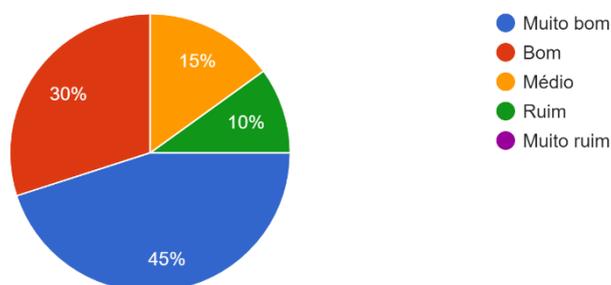
A maioria dos corretores da Pointer Imóveis acreditam que os trabalhadores da Pointer Imóveis têm uma boa linguagem assertiva com os clientes, outros 20% acreditam que tem uma linguagem média com os clientes, e 15% acreditam que têm uma linguagem muito boa.

Figura:

09

Na sua opinião, qual nível de organização do ambiente de trabalho?

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

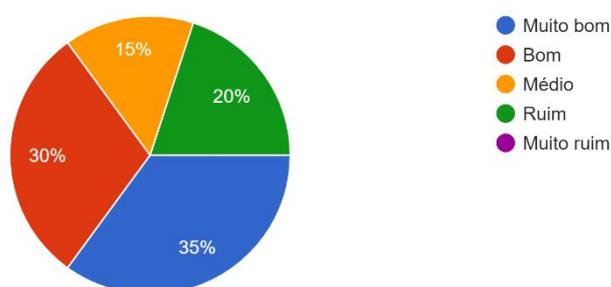
Manter a organização no ambiente de trabalho é muito importante para qualquer profissional que queira ter mais produtividade e qualidade, pois garante às pessoas melhores condições de vida e facilidade no dia-a-dia, além do conforto e limpeza.

Na opinião dos funcionários da Pointer Imóveis, a maioria considera a organização da empresa como muito boa, com 45%, outros 30% considera como bom, e 15% e 10% considera como médio e ruim, respectivamente.

Figura:

10

Qual nível de qualidade do sistema que a pointer trabalha? (Ingaia)
20 respostas

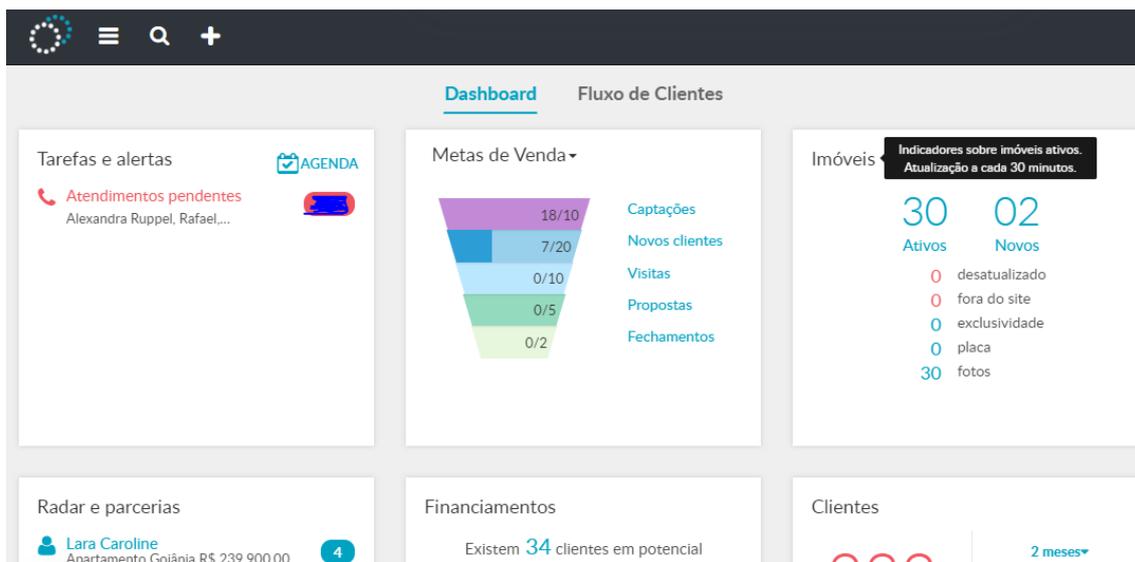


Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O Ingaia é o sistema operacional utilizado pela Pointer Imóveis e, esse sistema tem como funcionalidade ligar os imóveis em todos os portais, para os corretores receberem detalhes dos seus clientes, fluxo de clientes, dashboard, agenda com os clientes, e poder organizar os dados e receber tudo em planilhas da forma que preferirem.

Para os gerentes e diretores, a ferramenta é de grande importância, pois apresenta informações detalhadas sobre os imóveis, sobre os clientes e de cada corretor, e com isso, consegue medir o rendimento e retorno de cada profissional a fim de acompanhar os imóveis e os portais.

Para os clientes, mostra-se útil, pois, através dela, podem receber detalhes sobre seu imóvel. Para os corretores da Pointer Imóveis, a maioria gostando sistema em que a empresa trabalha, com 35%, sendo que outros 30% considera como bom, 15% considera médio e 20% não gostam do sistema, dado que leva a empresa a rever os motivos em busca de melhorias.



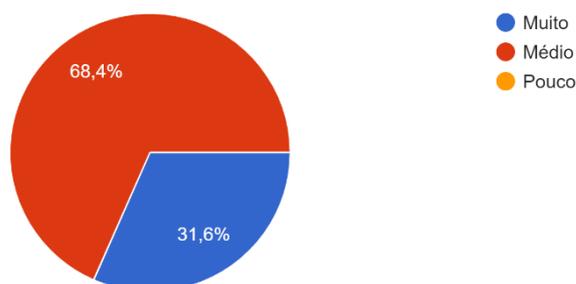
Fonte: sistema Ingaia na visão de um corretor

Figura:

11

Você acha que os corretores estão totalmente capacitados para o atendimento aos clientes?

19 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

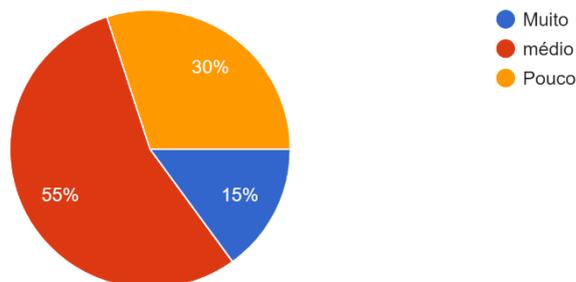
O atendimento é feito com o cliente comprador e com o cliente vendedor, com o intuito de ligar as partes, vinculado a um imóvel. Para o corretor ser um profissional de excelência, o atendimento é o item principal, pois é através dele que se realiza uma venda de sucesso.

Na opinião dos corretores, os funcionários da Pointer têm que melhorar a forma como atendem seus clientes, se especializarem mais, sendo que 68,4% dos funcionários considera o atendimento como médio e 31,6% acreditam que o atendimento dos mesmos é bom.

Figura:

12

Você acha que os corretores estão capacitados para fechamento de negociações? sem seus gerentes
20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O fechamento é uma das partes mais importantes em um processo de vendas, pois, é neste momento que qualquer erro pode ser fatal na escolha dos clientes compradores e vendedores.

Os gerentes têm como uma das suas principais funções auxiliar na parte de fechamento e processo final de vendas.

Porém, os corretores também têm que saber auxiliar nos fechamentos para, assim, aumentar o número de vendas.

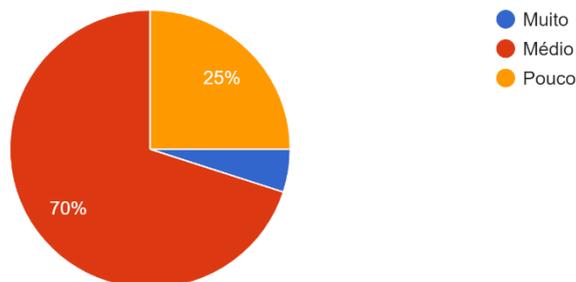
Para os funcionários da Pointer Imóveis, a maioria acredita que precisa de uma melhora no momento de fechamento dos corretores sem o auxílio dos gerentes, com 55% considera médio o nível dos corretores, e 30% considera pouco e outros 15% como muito.

Figura:

13

Você acha que os corretores da Pointer Imóveis conhecem todo o processo de venda?
(documentação, contratos, financiamento)

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

O processo de vendas é amplo, sendo algumas partes divididas para as funções dos gerentes, portanto, para um bom corretor, é necessário entender o processo de vendas como um todo, pois, durante o atendimento e diante de eventuais problemas, o corretor tem que estar capacitado para chegar a um bom entendimento entre as partes.

Na pesquisa realizada, fica perceptível que a empresa necessita de aumentar seus treinamentos a fim de ensinar todo o processo de venda (documentações, contratos, detalhes de financiamentos e outros).

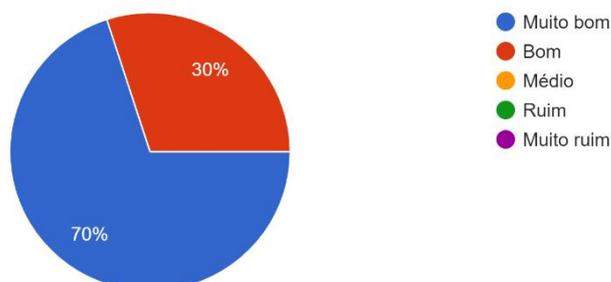
A maioria considera que os corretores conhecem mais ou menos todo o processo, com 70% das opiniões, e 25% considera baixo entendimento dos corretores do processo geral e 5% considera que eles conhecem muito todo o processo.

Figura:

14

Qual nível de estrutura da empresa? (espaço)

20 respostas



Fonte: Pesquisa análise de SWOT Pointer Imóveis, Novembro/2020.

A estrutura da empresa é muito importante para o bom funcionamento das atividades dos colaboradores bem como da qualidade de vida no trabalho, sendo dividida em espaço, limpeza, ferramentas e ambiente.

A maioria dos funcionários acha essa estrutura da empresa muito boa, com 70% e outros 30% a consideram como boa.

PROPOSTA DE MELHORIA E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado imobiliário é um dos mercados de maior movimentação financeira do país, sendo, por isso bastante valorizado. Neste trabalho pode-se observar diversas mudanças e melhorias ao longo do tempo do mercado no País, com destaque para o ano de 2020 que, mesmo diante de uma pandemia mundial, de grave repercussão sócio econômica, se mostrou bem posicionado, haja vista o aumento considerável no volume de vendas e na valorização dos imóveis. Convém destacar, também, o baixo valor das taxas de juros e as facilidades bancárias perante os financiamentos imobiliários.

Na média, os juros dos financiamentos estão em 6%, 7% ao ano, níveis bastante atrativos para o setor habitacional. Por outro lado, ainda como resultado da pandemia, muitas pessoas foram obrigadas a trabalhar em casa, o que gerou uma demanda maior para adaptar as residências ao home office, levando as pessoas a buscar imóveis mais adequados a essa nova necessidade. Com o aumento significativo da permanência das pessoas em suas casas, desenvolveu-se a percepção da importância de se morar bem, com maior espaço e área de lazer, o que impactou, também, no grande aumento no número de procuras de casas e residências em condomínios fechados.

Desta forma, este trabalho teve como objetivo avaliar os pontos fortes e propor melhorias nas fraquezas encontradas na Pointer Imóveis, uma empresa do ramo imobiliário que está crescendo bem no mercado em Goiás.

Os resultados obtidos demonstraram a necessidade de se oferecer treinamentos e cursos de capacitação sistemáticos à equipe de vendedores, como forma de melhoria, haja vista a importância do aprendizado e auto avaliação da equipe..

Este aspecto se revelou mais impactante em vendedores novatos, pois que necessitam, seguramente, de mais tempo de estudo e capacitação para entender, na prática, aspectos fundamentais da política de vendas da empresa.

Outro ponto também relevante, foi a dificuldade de alguns corretores diante da parte final do processo de vendas, como detalhes de documentações, e financiamentos, além de estratégias conclusivas para fechamentos de vendas, o que, na maioria das ocasiões, são feitas pelos gerentes, o que evidencia a importância desta vivência também aos corretores.

Ainda, sob o ponto de vista dos corretores, mostrou-se importante aumentar o cuidado e a qualificação dos *Leads*, ao ser repassado ao profissional da área, pois o funil de vendas facilita bastante no entendimento do corretor perante os clientes.

Além desses aspectos influenciadores na melhoria da atuação de um corretor de sucesso no ramo imobiliário, o marketing pessoal e a sua imagem

digital são fatores importantes para impulsionar sua impressão perante seus clientes. Devido a isso, foi observado que os corretores da Pointer Imóveis, se preocupam com sua imagem digital, diante sua importância para a divulgação e angariação do maior número de clientes, aumentando a chance de ganho, tanto para empresa quanto para o corretor.

O atendimento ao cliente é um dos maiores fatores para o sucesso de venda e, devido a isso, foi feita uma análise específica que evidenciou que a maioria dos entrevistados acredita que a maioria da equipe de corretores precisa melhorar na forma de abordagem de seus clientes, para, assim, fortalecer a assertividade com os clientes.

A melhor forma para melhorar o atendimento foi a realização de treinamento oferecida pela empresa, abordando técnicas de venda e de atendimentos, treinamentos motivacionais e técnicas de diálogos e fechamento de vendas, a fim de incentivar o estudo de todo o processo de venda, principalmente no momento final e conclusivo da venda.

A Pointer Imóveis é uma das empresas que mais vem crescendo no ramo imobiliário de nossa região nos últimos 2 anos, portanto, a elaboração destes pontos de melhorias conforme apresentados nessa análise de swot, será instrumento de grande valia para sua prosperidade e crescimento no segmento em que atua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dutra D. V. (2014). Santa Catarina. A ANÁLISE SWOT NO BRAND DNA PROCESS: UM ESTUDO DA FERRAMENTA PARA APLICAÇÃO EM TRABALHOS EM BRANDING. Disponível em <<https://core.ac.uk/download/pdf/30405258.pdf>>. Acesso em 12/05/2020

Doityteam (2019). Saiba quais são os principais métodos de pesquisa. Disponível em <<https://blog.doity.com.br/metodos-de-pesquisa/>>. Acesso em 03/11/2020

Gomes L. X. (2019). São Paulo. PROPOSTA DE MELHORIA NA PRODUÇÃO DE ESQUADRIA A PARTIR DA FERRAMENTA SWOT. Disponível em <<https://simtec.fatectq.edu.br/index.php/simtec/article/view/444/307>>. Acesso: 12/05/2020

Lima Y. F. M. S. C. (2018) João pessoa. UMA CONTRIBUIÇÃO PARA A GESTÃO DE UMA IMOBILIÁRIA EM JOÃO PESSOA. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/12111/1/YFMSCL22102018.pdf>> Acesso em: 15/05/2020

Oliveira W. (2019). Entenda definitivamente o que é análise de Swot. Disponível em <<https://www.heflo.com/pt-br/swot/o-que-e-analise-swot/>>. Acesso em: 11/05/2020.

Silva A. A. (2010). São Paulo, A Utilização da Matriz Swot como Ferramenta Estratégica – um Estudo de Caso em uma Escola de Idioma de São Paulo. Disponível

em <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/26714255.pdf>> Acesso em: 03/11/2020

Sorvillo H. (2018), aprenda a usar a análise de Swot na sua vida profissional. Disponível em < <https://www.unasp.br/blog/aprenda-a-usar-a-analise-swot/>> acesso em: 11/05/2020

Souza D. N. Z. (2013). Análise de ambiente por meio da metodologia SWOT: Uma aplicação no setor automobilístico. Disponível em < <https://www.revistaespacios.com/a13v34n10/13341017.html>>. Acesso em 16/05/2020

Toledo, M. (2014). Análise de Swot: um pequeno guia. Disponível em <<https://administradores.com.br/artigos/analise-swot-um-pequeno-guia>>. Acesso em: 11/05/2020.

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO I

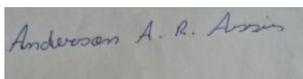
APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Anderson Antony Rodrigues Assis do Curso de Administração, matrícula 20171002300073-, telefone: (62) 98335-2260, e e-mail anderson.pointerimobiliaria@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Melhorias para o departamento de vendas: Estudo de Caso da Pointer Imóveis, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

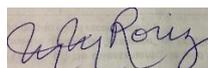
Goiânia, 07 de dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es):



Nome completo do autor: Anderson Antony Rodrigues Assis

Assinatura do professor-orientador:



Nome completo do professor-orientador: MÍRIAM MOEMA DE CASTRO M M RORIZ