

GERAÇÃO

e o **NOVO** — Mercado Imobiliário

ESTRATÉGIAS PARA CORRETORES
QUE QUEREM VENDER MAIS EM
UM MUNDO DIGITAL

AUTOR: PROF. MARCOS SCIPIONI

*A GERAÇÃO QUE O MERCADO NÃO ESPERAVA
GERAÇÃO Z: UM CLIENTE QUE JÁ CHEGA PREPARADO
COMO O CORRETOR DEVE SE POSICIONAR
COMO CRIAR CONFIANÇA COM UM COMPRADOR EXIGENTE
VENDA CONSULTIVA: COMO TRANSFORMAR PESQUISA EM DECISÃO*

Introdução

A geração que o mercado não esperava

Durante muito tempo, acreditou-se que a Geração Z (nascidos entre 1997 e 2012) não demonstrava interesse em adquirir imóveis. Essa percepção, porém, já não corresponde à realidade.

O comportamento desse público mudou e o mercado imobiliário percebeu isso rapidamente. Tanto que, este ano, mais da metade dos investimentos das construtoras passou a ser direcionada para empreendimentos voltados a esse perfil de consumidor.

Para corretores de imóveis, incorporadoras e demais profissionais do setor, entender como a Geração Z pensa, pesquisa e toma decisões tornou-se uma necessidade estratégica.

Este ebook foi criado justamente para ajudar você a compreender esse novo comprador e desenvolver uma comunicação mais eficiente para gerar negócios.

Geração Z

(nascidos entre 1997 e 2012)



Geração z: um cliente que já chega preparado

O comprador de hoje não inicia sua jornada quando entra em contato com o corretor.

Na maioria das vezes, ele já pesquisou imóveis em diversos portais, comparou preços, analisou bairros, assistiu a vídeos, simulou financiamentos, conversou com amigos e até utilizou ferramentas de inteligência artificial para validar informações.

Em outras palavras: quando procura um corretor, ele já está no meio do processo de decisão.

Essa mudança representa uma transformação importante na forma como as pessoas consomem informação e realizam compras.

Entendendo as gerações

Gerações não servem para rotular pessoas.

Cada cliente possui sua própria história, realidade financeira, objetivos e forma de decidir. No entanto, observar gerações ajuda a identificar tendências de comportamento influenciadas pelo contexto econômico, tecnológico e social de cada época.

As gerações:

Baby Boomers (1946–1964)

Valoriza estabilidade, patrimônio, segurança e relacionamentos de longo prazo.

Geração X (1965–1980)

Vivenciou a transição entre o mundo analógico e o início da era digital.

Geração Y ou Millennials (1981–1996)

Cresceu antes da internet dominar o cotidiano, mas incorporou a tecnologia de forma intensa na vida adulta.

Geração Z (1997–2012)

Nasceu em um ambiente conectado, digital, veloz e altamente acessível à informação.

Geração Alpha (a partir de 2010)

Está crescendo em um mundo marcado por inteligência artificial, aplicativos e interação constante com tecnologias digitais.



*Gerações não servem
para rotular pessoas*



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Por que a Geração Z importa para o mercado imobiliário?

A Geração Z está entrando em uma fase decisiva da vida.

Muitos estão comprando o primeiro imóvel, saindo do aluguel, formando família, reorganizando a carreira ou iniciando a construção de patrimônio. Outros já enxergam o mercado imobiliário como uma oportunidade de investimento e proteção financeira.

Isso significa que estamos diante de um público cada vez mais presente nas negociações imobiliárias, mas existe uma diferença importante: **a forma como essa geração toma decisões.**



Um consumidor mais informado e exigente

A Geração Z cresceu em um ambiente de acesso imediato à informação. Por isso, tende a ser mais analítica, comparativa e questionadora.

Frases genéricas como:

"Esse imóvel é uma oportunidade."

"Esse bairro vai valorizar."

"Pode confiar."

"Está barato."

Já não são suficientes.

Esse comprador quer entender os motivos por trás de cada afirmação.

Ele busca dados, evidências e argumentos concretos para responder perguntas como:

- ✓ Por que este imóvel é uma oportunidade?
- ✓ O preço está compatível com a região?
- ✓ Quais fatores indicam valorização?
- ✓ O condomínio faz sentido para meu perfil?
- ✓ A documentação está regular?
- ✓ O financiamento cabe no meu orçamento?

Para a Geração Z, confiança não nasce apenas da experiência do profissional. Ela é construída por meio da transparência e da informação.

A Geração Z cresceu em um ambiente de acesso imediato à informação



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

O corretor não perdeu espaço. Seu papel evoluiu.

Hoje o comprador consulta portais imobiliários, redes sociais, aplicativos financeiros, vídeos, grupos de mensagens e ferramentas de inteligência artificial antes mesmo de conversar com um especialista.

Isso não reduz a importância do corretor.

O profissional deixa de ser apenas alguém que apresenta opções e passa a atuar como consultor, ajudando o cliente a interpretar informações, avaliar riscos e tomar decisões mais seguras.

Essa mudança exige uma nova postura: menos discurso pronto e mais orientação estratégica.



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820



SISTEMA
COFECI-CRECI



A nova mentalidade para atender a Geração Z

O erro de muitos profissionais é enxergar esse comprador como alguém difícil ou excessivamente questionador.

Na prática, ele apenas faz parte de uma geração que aprendeu a pesquisar antes de confiar e comparar antes de decidir.

Por isso, compreender a Geração Z significa compreender um novo perfil de consumidor imobiliário: alguém que valoriza clareza, objetividade, coerência e respeito à sua capacidade de análise.

Quanto melhor o corretor entender esse comportamento, maior será sua capacidade de criar conexões, gerar confiança e fechar negócios.



Quem entende a Geração Z deixa de ser apenas um vendedor de imóveis e passa a ser um consultor relevante em um mercado cada vez mais digital e informado.

Compreender a Geração Z significa compreender um novo perfil de consumidor imobiliário



Como o corretor deve se posicionar

A Geração Z transformou a jornada de compra de imóveis.

Hoje, grande parte dos clientes chega ao corretor depois de realizar uma extensa pesquisa. Por isso, o atendimento já não começa do zero.

Quando procura um corretor, esse cliente está buscando ajuda para interpretar, comparar e decidir.

O erro que afasta o cliente

Muitos profissionais ainda cometem um equívoco comum: desconsiderar ou minimizar as pesquisas feitas pelo comprador.

Frases como:

"Isso que você viu na internet não funciona."

"Você precisa esquecer o que pesquisou."

"Essas informações estão todas erradas."

Costumam gerar o efeito oposto ao desejado.

Para esse consumidor, a pesquisa realizada tem valor. Mesmo que existam informações incompletas ou interpretações equivocadas, ela faz parte do processo de decisão.

Quando o corretor tenta invalidar esse esforço, cria uma barreira de confiança logo no início da conversa.

A melhor estratégia: ouvir antes de orientar

Em vez de corrigir imediatamente o cliente, o corretor deve buscar compreender o caminho percorrido até aquele momento.

Perguntas simples podem transformar completamente o atendimento:

- ✓ O que você já pesquisou sobre esse imóvel?
- ✓ Quais opções mais chamaram sua atenção?
- ✓ O que você já descartou?
- ✓ Quais são suas principais dúvidas?
- ✓ Você já simulou financiamento?
- ✓ O que está pesando mais na sua decisão: preço, localização ou qualidade de vida?

Essas perguntas demonstram interesse genuíno e ajudam o profissional a entender o estágio da jornada em que o cliente se encontra.

O resultado é uma conversa mais produtiva, colaborativa e personalizada.



*Gerações não servem
para rotular pessoas*



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Informação sem contexto não gera decisão

Ter acesso a dados nunca foi tão fácil. Interpretá-los corretamente continua sendo um desafio.

Um cliente pode conhecer o preço médio de uma região, mas não saber avaliar se um imóvel específico está realmente bem posicionado.

Pode ter visto notícias sobre valorização imobiliária, mas não conseguir diferenciar tendências reais de promessas comerciais.

Pode ter realizado uma simulação de financiamento, mas ainda não compreender o impacto das parcelas, taxas e prazos sobre seu orçamento.

É exatamente nesse momento que o corretor agrega valor.

O novo papel do corretor

O diferencial profissional imobiliário está em algo que nenhuma ferramenta consegue fazer sozinha: interpretar informações dentro da realidade de cada cliente.

O corretor moderno:

- ✓ Traduz informações complexas.
- ✓ Contextualiza dados.
- ✓ Organiza comparações.
- ✓ Aponta riscos e oportunidades.
- ✓ Ajuda o cliente a tomar decisões mais seguras.



Quando o cliente encontra um imóvel mais barato

Ao encontrar uma oferta aparentemente melhor, muitos clientes questionam o valor do imóvel apresentado pelo corretor.

Em vez de responder imediatamente que o outro imóvel é inferior, o ideal é propor uma análise comparativa.

O que deve ser avaliado?

- ✓ Localização;
- ✓ Estado de conservação;
- ✓ Padrão construtivo;
- ✓ Valor do condomínio;
- ✓ Documentação;
- ✓ Número de vagas;
- ✓ Posição solar;
- ✓ Liquidez;
- ✓ Potencial de valorização;
- ✓ Adequação ao objetivo do comprador.

Nem sempre o imóvel mais barato representa o melhor negócio, mas essa conclusão precisa ser construída com critérios e não apenas com argumentos de venda.



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Inteligência artificial: concorrente ou aliada?

Cada vez mais clientes utilizam ferramentas de inteligência artificial para tirar dúvidas sobre imóveis, bairros, investimentos e financiamentos.

Quando o cliente apresenta uma informação obtida por IA, o corretor pode utilizá-la como ponto de partida para aprofundar a análise.

Uma postura como:

-"Ótimo ponto. Vamos entender como essa informação se aplica especificamente a este imóvel e à sua situação."

Gera muito mais credibilidade do que uma tentativa de desqualificar a tecnologia. O profissional não precisa combater as novas ferramentas. Precisa saber utilizá-las a favor do atendimento.

Comunicação objetiva gera mais resultados

A Geração Z valoriza a praticidade. Isso significa que mensagens genéricas, excesso de opções e informações pouco relevantes tendem a ser ignoradas.

Em vez de enviar apenas fotos de um imóvel, o corretor pode contextualizar sua indicação. Exemplo:

❌ "Olha esse imóvel."

✅ "Separei esta opção porque ela atende aos três critérios que você destacou: localização próxima ao trabalho, condomínio dentro do orçamento e espaço adequado para home office."

A diferença é simples: o cliente percebe que foi ouvido.

A comunicação digital precisa ser ágil, mas também precisa ter qualidade. Quando não souber uma informação, o corretor não deve improvisar.



A Geração Z valoriza a praticidade


SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Credibilidade vale mais do que pressão

A urgência pode fazer parte de uma negociação imobiliária. Mas ela precisa ser verdadeira.

Frases como:

- ✓ "Você precisa decidir agora."
- ✓ "Tem muita gente interessada."
- ✓ "Vai perder essa oportunidade."

Só devem ser utilizadas quando houver fatos concretos que sustentem essas afirmações. Criar pressão artificial pode até acelerar uma conversa, mas costuma prejudicar a confiança construída ao longo do processo.

O cliente quer participar da decisão

O comprador atual não espera que alguém decida por ele. Ele deseja participar ativamente da escolha.

O papel do corretor não é assumir o controle da decisão, mas oferecer segurança para que ela aconteça da melhor forma possível.

Isso significa:

- ✓ Organizar informações.
- ✓ Facilitar comparações.
- ✓ Esclarecer dúvidas.
- ✓ Apresentar cenários.
- ✓ Ajudar o cliente a enxergar aspectos que ainda não percebeu.

É assim que se constrói autoridade no mercado atual.



A urgência pode fazer parte de uma negociação imobiliária



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Como criar confiança com um comprador exigente

Muitos corretores ainda enxergam os questionamentos do cliente como um obstáculo para a venda. Mas, especialmente quando falamos da Geração Z, fazer perguntas não significa criar conflito. Significa buscar segurança para tomar uma decisão importante.

Esse comprador costuma pesquisar, comparar e analisar antes de avançar, por isso, tende a questionar mais.

Confiança é construída

No mercado imobiliário, confiança surge quando o cliente percebe coerência entre o que o corretor fala e o que ele faz.

Ela é construída quando o profissional demonstra preparo, honestidade, atenção aos detalhes e compromisso com a melhor decisão para o cliente. E essa construção acontece em cada contato, cada resposta e cada orientação.

Transparência gera credibilidade

Um dos maiores erros em uma negociação é tentar mostrar apenas os pontos positivos de um imóvel.

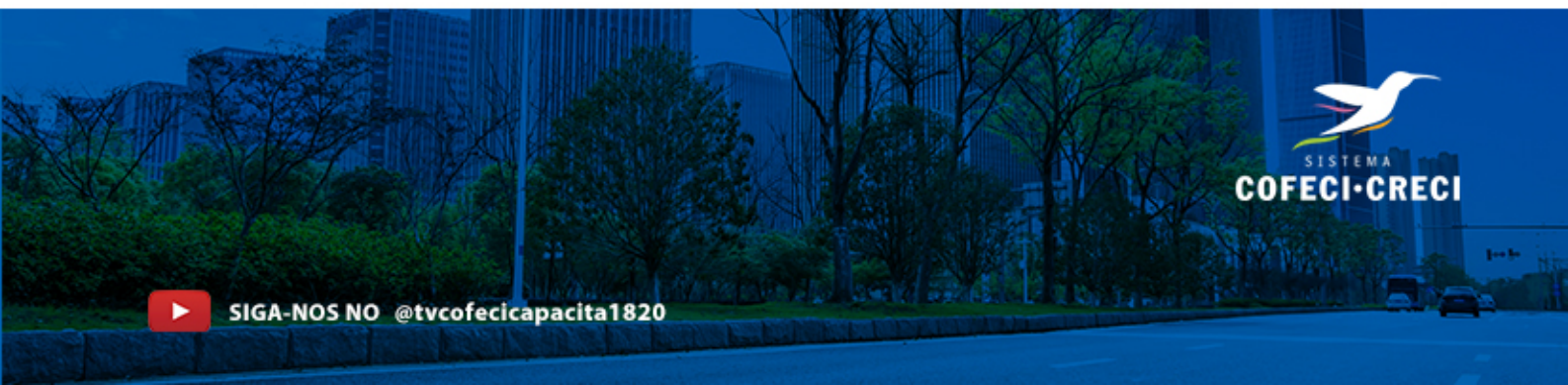
O corretor que apresenta apenas os benefícios corre o risco de comprometer a confiança quando o cliente descobre sozinho informações que foram omitidas.

Já o profissional que apresenta uma visão equilibrada transmite maturidade e credibilidade.

Exemplo de abordagem:

-"Esse imóvel possui características muito interessantes para o seu perfil, mas também existem alguns pontos que merecem atenção. Vamos analisar tudo juntos para que você tome uma decisão segura."

Essa postura demonstra que o objetivo não é vender a qualquer custo, mas orientar o cliente da melhor forma possível.



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Domínio técnico transmite segurança

Compradores exigentes costumam fazer perguntas detalhadas.

Entre os temas mais comuns estão:

- ✓ Documentação;
- ✓ Matrícula e escritura;
- ✓ Financiamento;
- ✓ Condomínio;
- ✓ Potencial de valorização;
- ✓ Liquidez;
- ✓ Possibilidade de reformas;
- ✓ Infraestrutura da região;
- ✓ Comparação com imóveis similares.

O corretor não precisa saber todas as respostas imediatamente, mas precisa saber conduzir o processo com segurança.

Quando surgir uma dúvida específica, uma resposta como:

-"Vou confirmar essa informação e retorno para você com total segurança."
Fortalece muito mais a confiança do que uma tentativa de responder sem certeza.

Clareza vale mais do que excesso de informação

Utilizar termos técnicos em excesso, misturar informações jurídicas, financeiras e comerciais, acaba dificultando a compreensão do cliente.

O comprador não precisa apenas receber informações.

Ele precisa entendê-las.

Em vez de dizer: "Esse imóvel tem boa liquidez."

Explique: "Ele possui características que costumam facilitar uma futura revenda, como boa localização, vaga de garagem, planta funcional e procura consistente na região."

Quanto mais clara for a comunicação, maior será a sensação de segurança do cliente.

A confiança está nos detalhes

A credibilidade não é construída apenas durante as visitas.

Não adianta falar em atendimento personalizado e enviar imóveis fora do perfil.

Não adianta prometer retorno rápido e demorar dias para responder.

Não adianta defender segurança jurídica e ignorar dúvidas documentais.

O cliente percebe rapidamente quando existe diferença entre discurso e prática. Por outro lado, ações simples fortalecem a confiança:

- ✓ Cumprir prazos.
- ✓ Retornar quando combinado.
- ✓ Demonstrar atenção ao que foi conversado.
- ✓ Respeitar o orçamento definido.
- ✓ Reconhecer quando um imóvel não atende às necessidades do comprador.

Compradores exigentes costumam fazer perguntas detalhadas



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Pressão gera resistência. Clareza gera decisão.

O comprador atual valoriza autonomia. Ele quer comparar alternativas, analisar cenários e sentir que está tomando uma decisão consciente.

Por isso, técnicas de pressão excessiva costumam produzir o efeito contrário.

A urgência pode fazer parte de uma negociação imobiliária, mas precisa ser verdadeira.

Quando o corretor utiliza argumentos de escassez sem fundamento, corre o risco de comprometer toda a credibilidade construída.

Agilidade também é confiança

Outro aspecto muito valorizado pela Geração Z é a agilidade.

Significa manter o cliente informado:

- ✓ Se uma informação ainda está sendo verificada, avise.
 - ✓ Se uma certidão foi solicitada, comunique.
 - ✓ Se a simulação financeira ainda não ficou pronta, atualize o cliente.
- O silêncio gera insegurança. E a insegurança costuma interromper o processo de decisão.

Muitas negociações deixam de acontecer porque o cliente não se sente seguro para avançar.

A confiança está nos detalhes

O profissional preparado não busca impressionar o cliente o tempo todo.

Ele busca transmitir segurança.

- ✓ Organiza informações.
- ✓ Explica processos.
- ✓ Confirma dados.
- ✓ Alinha expectativas.
- ✓ Mostra os próximos passos.
- ✓ Ajuda o comprador a tomar uma decisão consciente.

É isso que diferencia um corretor que apenas apresenta imóveis de um profissional que constrói relacionamentos e gera valor.



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Venda consultiva: como transformar pesquisa em decisão

Antes de procurar um corretor, o cliente da Geração Z costuma pesquisar imóveis, comparar preços, assistir a vídeos, analisar bairros, simular financiamentos e até consultar ferramentas de inteligência artificial.

Mas existe uma grande diferença entre um cliente interessado e um cliente decidido.

O interessado pesquisa, compara, visita imóveis, salva anúncios e busca opiniões, mas nem sempre consegue avançar para a decisão.

Quanto mais informações acumula, mais dúvidas podem surgir.

- ✓ Ele compara preços.
- ✓ Compara bairros.
- ✓ Compara condomínios.
- ✓ Analisa financiamento.
- ✓ Avalia documentação.

E, sem perceber, entra em um ciclo interminável de comparação.

É nesse momento que a venda consultiva se torna essencial.

O que é venda consultiva?

Venda consultiva é conduzir o processo de forma estratégica, ajudando o comprador a transformar informações dispersas em uma decisão clara, segura e coerente com seus objetivos.

O corretor deixa de atuar apenas como apresentador de imóveis e assume o papel de consultor.

Seu foco é ajudar o cliente a encontrar a melhor solução para sua realidade.

Primeiro passo: fazer perguntas melhores

Perguntas sobre orçamento, localização e número de quartos são importantes.

Mas, o corretor consultivo busca compreender as razões que motivam a compra.

Perguntas que aprofundam o atendimento

- ✓ Por que você decidiu comprar neste momento?
- ✓ O imóvel será para morar ou investir?
- ✓ Você pretende permanecer nesse imóvel por muitos anos?
- ✓ O que é indispensável para você?
- ✓ O que seria apenas desejável?
- ✓ O que poderia gerar insegurança nessa decisão?

Essas respostas mostram o momento de vida do comprador. E toda decisão imobiliária está diretamente ligada ao momento de vida de cada pessoa.



*Perguntas sobre orçamento, localização
e número de quartos são importantes*



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

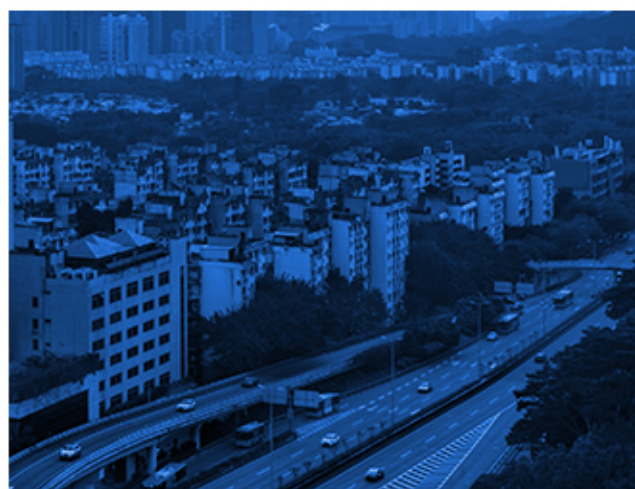
Segundo passo: separar desejos de prioridades

Todo comprador deseja o melhor imóvel possível, mas, em muitos casos, não é possível reunir todas as características desejadas dentro do orçamento disponível.

Talvez seja necessário escolher entre:

- ✓ Mais espaço ou melhor localização;
- ✓ Condomínio completo ou custo mensal menor;
- ✓ Imóvel mais novo ou maior metragem;
- ✓ Bairro mais valorizado ou parcela mais confortável.

O papel do corretor é ajudar o cliente a identificar aquilo que realmente é prioridade.



Terceiro passo: transformar comparação em critério

Muitas vezes, o cliente coloca lado a lado imóveis completamente diferentes, localizados em bairros distintos e voltados para perfis diferentes.

O corretor pode contribuir criando critérios claros de avaliação.

Critérios que ajudam na análise:

- ✓ Localização;
- ✓ Preço;
- ✓ Condomínio;
- ✓ Estado de conservação;
- ✓ Planta;
- ✓ Vaga de garagem;
- ✓ Documentação;
- ✓ Liquidez;
- ✓ Potencial de valorização;
- ✓ Qualidade de vida proporcionada pelo imóvel.

Quando a comparação ganha critérios, a decisão se torna muito mais racional e segura.



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Quarto passo: falar sobre dinheiro com responsabilidade

Uma das funções mais importantes do corretor consultivo é ajudar o cliente a enxergar o custo real da compra.

Além do valor anunciado, a decisão também envolve:

- ✓ Entrada;
- ✓ Parcelas do financiamento;
- ✓ Taxas bancárias;
- ✓ Custos de documentação;
- ✓ Impostos;
- ✓ Condomínio;
- ✓ Mudança;
- ✓ Reformas e adaptações.

Por isso, é importante estimular reflexões como:

- ✓ Qual parcela mensal cabe confortavelmente no seu orçamento?
- ✓ Você reservou recursos para documentação e despesas adicionais?
- ✓ Essa compra mantém sua segurança financeira no longo prazo?

Essas perguntas demonstram responsabilidade e fortalecem a confiança.



Quinto passo: conduzir sem pressionar

Conduzir significa ajudar o cliente a enxergar o próximo passo.

Em vez de dizer: "Você precisa decidir logo."

Prefira: "Pelo que analisamos até aqui, esse imóvel atende aos critérios mais importantes que você definiu. O que ainda falta para que você se sinta seguro para avançar?"

Essa abordagem respeita a autonomia do comprador e mantém o corretor na posição de consultor.

O cliente quer participar da decisão, mas também quer alguém capaz de ajudá-lo a organizar suas ideias.



Conduzir significa ajudar o cliente a enxergar o próximo passo



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Sexto passo: resumir a decisão

Após diversas visitas, comparações e conversas, é comum que o comprador se sinta sobrecarregado.

Nesse momento, o corretor pode assumir um papel fundamental: organizar o raciocínio.

Exemplo:

- "Vamos recapitular. Você definiu como prioridades ficar próximo ao trabalho, manter o condomínio dentro do orçamento e ter espaço para home office. Entre as opções analisadas, este imóvel atende plenamente a esses critérios e apresenta apenas um ponto que merece atenção."

Esse tipo de síntese reduz a sensação de confusão e aumenta a segurança do cliente.



O corretor de imóveis como bússola da decisão

A venda consultiva consiste em orientar.

É escutar antes de oferecer.

É perguntar antes de concluir.

É comparar com critério.

É falar sobre dinheiro com responsabilidade.

É apresentar riscos com transparência.

É conduzir sem pressionar.

É transformar informação em clareza.

Apenas um profissional preparado consegue ajudar o cliente a compreender qual imóvel faz mais sentido para sua realidade.



Organizar o raciocínio



SISTEMA
COFECI-CRECI



SIGA-NOS NO @tvcofecicapacita1820

Conclusão do ebook

A Geração Z não procura apenas imóveis. Procura confiança, clareza e segurança para tomar decisões importantes.

Esse comprador valoriza informação, pesquisa e autonomia. Mas continua precisando de orientação especializada para transformar tantas opções em uma escolha consciente.

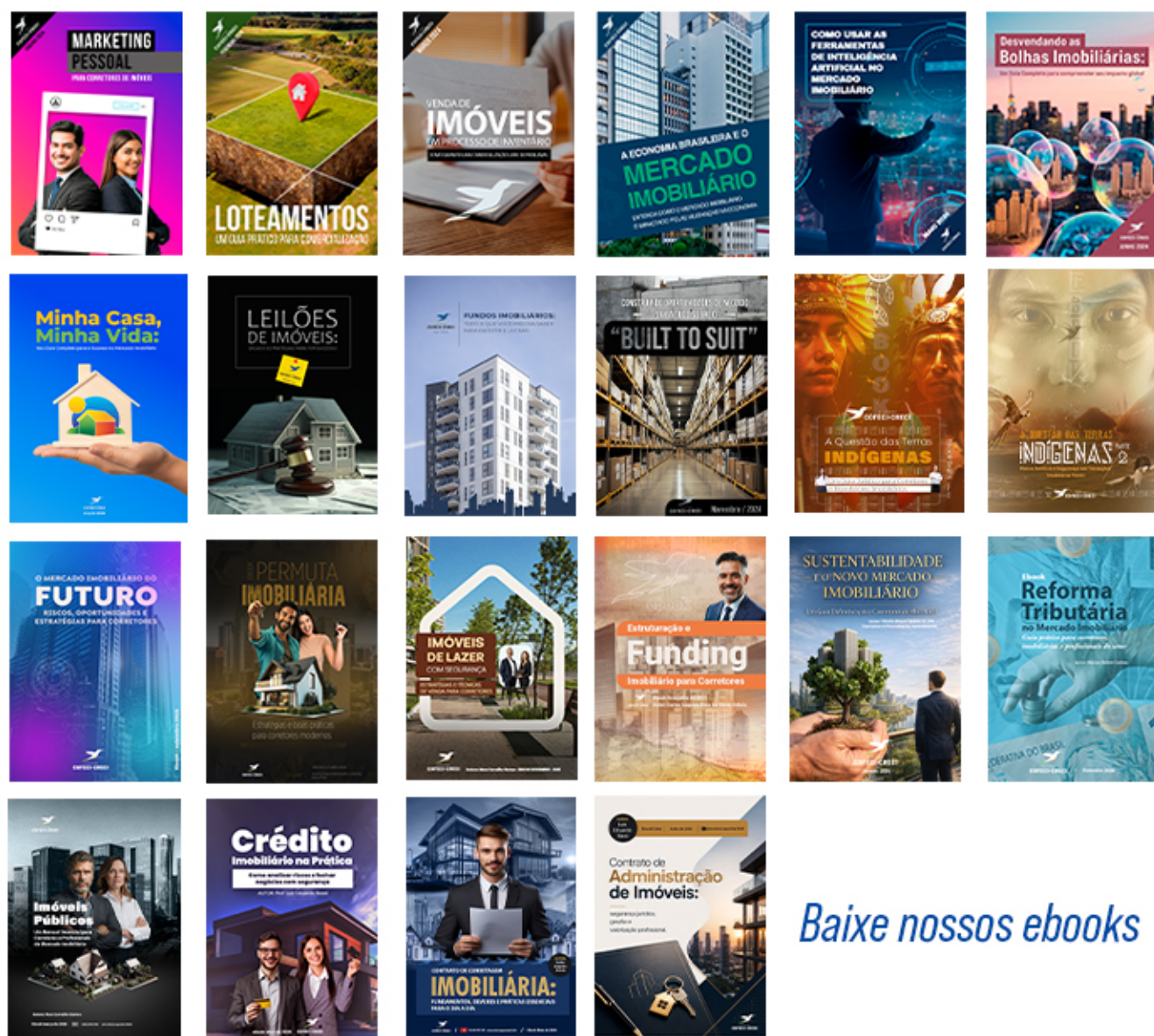
Por isso, o corretor que deseja se destacar não deve competir com a tecnologia, mas utilizá-la como aliada.

Não deve disputar informações com o cliente, mas ajudá-lo a interpretar essas informações.

Não deve atuar apenas como vendedor, mas também assumir o papel de consultor.

Porque vender bem, hoje, não significa empurrar um imóvel. Significa ajudar o cliente a decidir melhor.

E quando o corretor faz isso, conquista muito mais do que uma venda.



Baixe nossos ebooks