



Monitore suas ofertas e serviços na web

Cenário

Muitas empresas do mercado imobiliário já descobriram as vantagens de utilizar a Internet como canal de relacionamento com seus clientes. Além da oferta de imóveis, as imobiliárias e incorporadoras podem usar a web para oferecer diversos serviços, como, por exemplo, acompanhamento de obras, emissão de segunda via de pagamento, entre outros. Para os clientes, a possibilidade de pesquisar e consultar preços de imóveis e acessar outros serviços via web representa rapidez e comodidade. Para as empresas oferecer mais esse canal de relacionamento com seus clientes pode significar um diferencial competitivo importante e a possibilidade de assegurar e fidelizar novos clientes.

Desafios

Para uma imobiliária, proporcionar um serviço de qualidade aos clientes na web está diretamente relacionado à disponibilidade e performance de seu website. Falhas durante a visita ao site podem gerar insatisfação, comprometer a eficácia do relacionamento e até mesmo levar à perda de transações significativas para a empresa. O atendimento prestado pelos corretores virtuais e o tempo de resposta ao cliente são outros aspectos críticos, que, se bem dimensionados e monitorados, podem se transformar em forte vantagem competitiva.

Como o Webfeel pode ajudar?

O Portfolio de Serviços Webfeel provê a monitoração e coleta de dados sobre acessos a páginas e transações, gerando relatórios detalhados de disponibilidade e desempenho. Na oferta de imóveis via web faz-se uso intenso de recursos multimídia, como trechos de vídeo para trazer ao cliente maiores informações sobre um imóvel, como tamanho e disposição. Gráficos animados e calculadores on-line são outros recursos utilizados para enriquecer a experiência do cliente. O Webfeel realiza medições e testes apropriados para esses tipos de recursos, de modo que o website possa oferecer uma experiência satisfatória ao cliente e dentro de padrões de qualidade estabelecidos.

O Webfeel também revela aos gestores web e à equipe de marketing como o cliente se comporta diante do ambiente virtual. Hábitos de navegação podem servir de subsídio para o marketing em relação ao momento certo para realizar campanhas de marketing e publicidade. Esse tipo de informação pode ser útil também à área comercial, que através do perfil dos usuários e pesquisas realizadas, pode identificar e prever melhor a demanda de seus clientes. A qualidade no atendimento pode ser verificada através de testes de performance para verificar o tempo de resposta dos corretores virtuais.

