

16ª Conferência Internacional da LARES

São Paulo - Brasil
29 e 30 de setembro de 2016



Proposta de etapas comerciais em um lançamento de empreendimento imobiliário

Roque Bohnenberger Júnior¹, Daniel Ferreira Falcão²

¹ Fundação Getúlio Vargas, Florianópolis-SC, Brasil, roquejr86@hotmail.com

² UFF, Niterói-RJ, Brasil, danielfalcao@vm.uff.br

RESUMO

O trabalho aqui tratado teve como tema a apresentação de uma proposta de etapas comerciais em um lançamento de empreendimento imobiliário na praça da Grande Florianópolis/SC. O estudo objetivou propor um modelo de etapas comerciais a serem utilizadas no âmbito comercial a fim de obter melhores resultados através de velocidade nas vendas. Estão contidos neste trabalho citações e ideias de inúmeros autores conceituados que tratam assuntos como: administração, funções administrativas, objetivos, comunicação, treinamento, motivação, estratégia, pesquisa e marketing. Para que este estudo fosse concretizado foram utilizados alguns procedimentos metodológicos, sendo eles: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, observação participativa. O trabalho traz informações sobre certos métodos que permeiam o âmbito comercial neste momento crucial para a performance de um produto do segmento imobiliário, que possui alto valor agregado, com isso visa apresentar e propor uma sequência de etapas que promovam uma eficiência e eficácia nas ações frente ao produto, comunicação, pessoas e o mercado em geral. Não se trata de uma receita de bolo, já que existem especificidade em cada situação, mas de forma adaptativa fornecer meios para que os profissionais envolvidos no comercial de um lançamento imobiliário na praça da Grande Florianópolis possa ter subsídios para fazer algo diferente, para que consiga resultados diferenciados, para melhor.

Palavras-chave: Etapas comerciais. Lançamento Imobiliário. Resultados.