



A experiência do decorado levada ao universo digital

Publicado
Julho 2015

Em um cenário econômico não muito favorável ao mercado imobiliário, a MRV resolveu levar os apartamentos decorados de show-room aos seus consumidores por meio da realidade virtual do Google Cardboard.

think with **Google**

Meta: Engajar o potencial comprador de um imóvel para acelerar o processo de compra.

Abordagem: Aplicar o recurso do Business View no Google Cardboard por meio de um app dedicado.

Resultado: Conseguiu levar a experiência virtual de visita a um apartamento decorado e despertar o interesse de compra de consumidores da classe C.

Visitar o estande de um apartamento decorado faz parte da rotina de qualquer pessoa que decide comprar um imóvel novo. Mas isso demanda tempo, algo que nem sempre é tão fácil conseguir nos dias de hoje, principalmente para quem vive nos grandes centros urbanos. Em época de crise financeira, derrubar essa barreira é importante para potencializar as vendas. Pensando nisso, a MRV Engenharia inovou ao levar um apartamento decorado para o Business View (BV), produto do Google Maps que proporciona um tour interativo em ambientes internos. A ideia era fazer esse potencial comprador se engajar mais, ter uma experiência melhor com o produto da construtora, podendo visitar o apartamento a qualquer horário do dia ou da noite, acelerar o processo de compra ou, pelo menos, atrair esse potencial comprador que viu os juros subir e o sonho da casa própria se distanciar. Foi em torno desse objetivo que a equipe de contas do Google se uniu à construtora prestando uma consultoria para atingir o propósito.

Como a MRV é focada na classe C, que é super conectada e tem 46% de heavy users de internet, o primeiro passo foi fotografar alguns dos apartamentos mobiliados para disponibilizar o passeio virtual no BV. Outra característica, dessa vez comum a todas as classes, é a de

privilegiar a experimentação em um ambiente real antes de tomar uma decisão de compra. A menos que você seja um investidor que está mais interessado nos números do retorno do imóvel do que os de sua metragem. A partir desse cenário, a estratégia passou a ser a adoção do Google Cardboard, um dispositivo de papelão de baixo custo e portátil que torna o smartphone um óculos de realidade virtual, aliado a um aplicativo dedicado que otimizasse a navegação de visita, baseada no BV, transformando completamente a experiência do usuário. "Foi um caminho natural a seguir. O BV já possibilitava a utilização do cardboard, mas a criação de um app específico pela agência da construtora trouxe maior fluidez a essa experiência", diz Igor Lima, gerente de Indústria do Google.

GANHE TEMPO NA COMPRA DO SEU IMÓVEL E VIVA UMA
NOVA EXPERIÊNCIA DIGITAL!



BAIXE AGORA O APLICATIVO TREVISÓ



Todo o projeto começou em novembro do ano passado e entrou em operação em maio deste ano. O resultado foi aprovado pelos usuários. A prova de fogo foi realizada no Feirão da Caixa de Belo Horizonte, que aconteceu entre os dias 12 e 14 de junho, quando a MRV distribuiu 100 cardboards e vendeu cerca de 20 imóveis. No total, foram mais de 70 cadastros feitos no feirão, que ainda estão sendo negociados. A expectativa da construtora com o app e o Google Business View é levar o encantamento do apartamento mais perto do cliente potencial. Pelo visto está funcionando. Até o início de julho foram feitos 505 downloads do aplicativo.

Um apartamento decorado que cabe no bolso de toda a equipe de vendas

Além de se transformar em uma ferramenta de venda para os corretores, que poderão levar o apartamento decorado no bolso para mostrar aos seus clientes, essa junção entre BV + cardboard + app abriu ao mercado imobiliário uma nova forma de apresentar seus decorados. A inovação ainda possibilita que, no futuro, a incorporadora deixe de construir show-rooms físicos e passe a tê-los inteiramente no universo digital.

O cardboard foi a resposta a uma necessidade da MRV de criar uma experiência mais completa para o cliente. Assim como o mercado imobiliário soube aliar soluções tecnológicas sofisticadas e simples, como o cardboard, outros setores também podem fazer o mesmo. "Uma concessionária de veículos, por exemplo, pode promover um feirão para as pessoas entrarem virtualmente nos carros sem que seja necessário ir à loja", sugere Lima. Proporcionar a possibilidade de vivenciar o produto a distância em realidade virtual é, portanto, um novo jeito de despertar o desejo do consumidor e facilitar sua decisão de compra. Porém, mais do que isso, é também uma forma de gerar ganho em escala.