



Focada no varejo híbrido, construtora da Rodobens implementa nova jornada de compra de imóveis

- *Incorporadora é uma das primeiras do segmento a implantar metodologia voltada à interação com cliente nos dois ambientes: real e virtual;*
- *Novo portal foi desenvolvido a partir de pesquisa pioneira realizada com clientes e tem por foco a humanização da experiência;*
- *Inspirada em cases em experiência digital do segmento varejista, plataforma digital simplifica o processo de aquisição de imóvel e conta com área exclusiva para quem quer também investir no ramo;*

De olho no comportamento híbrido pós-pandemia dos consumidores, as empresas estão buscando um atendimento cada vez mais personalizado. Um estudo, encomendado pela Forrester Consulting e realizado pela especialista em e-commerce Shopify em 2022, indicou que 54% dos consumidores pesquisados em diferentes países relataram buscar por um produto online, mas finalizaram a compra em loja física.

Entre os entrevistados, 53% estavam propensos ao movimento inverso: observar o produto na loja, mas realizar a compra na internet. Um cenário vantajoso observado também por grandes marcas do varejo online, a exemplo da Amazon e da Shein.

Pensando nisso, a **RNI**, construtora das Empresas Rodobens, dá mais um importante passo na estratégia de negócios, com um novo site. Por meio de uma pesquisa pioneira com clientes reais, a construtora constatou que o maior desejo dos potenciais clientes é realizar uma compra híbrida “on demand”: a qualquer momento, o cliente pode abandonar a interação no site e ser atendido por um corretor exatamente do ponto em que está a experiência.

A partir de levantamento inédito realizado com consumidores reais, a RNI, em parceria com a empresa *ília*, especializada em tecnologia e produtos digitais, que dentre os cases de sucesso desenvolveu projetos para as marcas ASICS e brMalls, implantou um questionário para clientes e potenciais consumidores da incorporadora. Após liderar um processo de digitalização das vendas dos seus imóveis, com um e-commerce totalmente digital em 2020, a nova plataforma da companhia tem como objetivo oferecer



uma jornada completa de compra híbrida, ou seja, a aquisição do novo imóvel pode começar pelo portal e ser concluída presencialmente, ou vice e versa, Brasil afora.

Experiências virtuais com pessoas reais

Como resultado, foram identificados dois perfis de públicos em ascensão no mercado imobiliário brasileiro: o primeiro composto por pessoas jovens com idade aproximada de 35 anos, em busca de um novo imóvel, e com grande afinidade por compras online. Já o segundo são pessoas com perfil investidor, mais conservador, com idade em torno dos 44 anos e que não dispensam o contato presencial no processo de compra.

“Após um período de predominância da jornada de compra online, as empresas de diversos segmentos identificaram como prioridade o “ponto de equilíbrio” em uma experiência híbrida, que atende perfis do chamado phygital, tanto digital quanto físico”, diz Gustavo Félix, diretor de Marketing e Vendas da RNI.

O executivo complementa também que a partir deste novo diagnóstico com pessoas reais, a incorporadora constatou a necessidade de evoluir o e-commerce para uma experiência híbrida. “Com o novo site, adaptamos para uma experiência integrada, um atendimento camaleão, que contempla todos os perfis de públicos. Isso porque você se coloca à disposição do consumidor para atendê-lo da maneira que ele preferir, oferecendo alternativas com agilidade e transparência. Inspirada em grandes sucessos do varejo como Amazon, Shein, Natura e Boticário, nossa proposta é uma experiência completa e simplificada para todos os compradores”, conclui.

Durante o processo de concepção do novo site, Mariana Ortigosa, líder de marketing da RNI, explica que a incorporadora foi além dos objetivos de negócios, trazendo aprendizados que obtiveram ao longo do período juntamente aos clientes de todo o país e potenciais compradores. “Muito mais do que venda, implantamos uma consultoria completa de venda ao consumidor, voltada ao seu perfil. Com a opção de escolha, ele tem mais poder e confiança na tomada de decisão. Além de contar com a credibilidade e tradição das Empresas Rodobens para dar um upgrade em sua vida morando ou investindo em um imóvel que valoriza”, contextualiza a executiva.

Novo site, novas ferramentas

Repleto de funcionalidades, o novo site RNI segue as tendências atuais e tem como proposta trazer para os consumidores do setor imobiliário e de construção civil uma



experiência completa, que integra diversas soluções de conteúdo de fácil absorção, como simuladores de compra, geolocalizações, além de uma ferramenta para consulta, para que todos os vendedores, independentemente da sua localização, estejam conectados nos quatro cantos do país e possam trazer uma consultoria integrada RNI para o consumidor.

“O grande diferencial do que fizemos pela RNI não está apenas na construção de uma jornada digital para a compra de um imóvel, mas sim na interseção entre a experiência digital e o atendimento humano e consultivo tão necessários para quem busca agilidade e informações no digital, mas também não abre mão da credibilidade e confiança de ter um corretor à sua disposição para dúvidas e apoio. O pioneirismo da RNI está em garantir que a exposição dos imóveis já não seja mais uma barreira e que a interação com o corretor não seja morosa, mas um processo dinâmico e fácil, tanto no digital quanto no humano”, Raiana Hoffmann, Account Executive na ília.

O desafio inicial era reformular o website buscando inovações que fossem desde a comunicação visual e apresentação dos empreendimentos, até uma revisão completa da jornada da relação do cliente com a RNI.

"Trouxemos uma reestruturação completa do front end focada na melhor experiência do usuário para pesquisar imóveis, simular seu potencial de compra e investimento e ter uma comunicação efetiva com o corretor da RNI. Com esta inovação, somos pioneiros no mercado de empreiteiras e construtoras na relação híbrida entre o cliente, a consulta do imóvel desejado e o contato rápido e direto com o corretor, facilitados pelas integrações entre ferramentas como Strapi e Salesforce", afirma Leandro Butti, líder do projeto na ília,

Página exclusiva para investidores de imóveis

Com tendência de aumento da oferta no curto prazo e expectativa de recuperação da demanda mais adiante, o mercado imobiliário de 2023 ficou mais atraente para investimentos, considerando que os retornos a médio e longo prazo podem compensar a compra de um imóvel para locação. Segundo dados da Índice FipeZap de Locação, o retorno do aluguel em 2022 ficou preso a uma média que vai de 5% a 6% ao ano.

Para atender à crescente demanda de investidores, comprovada também pela pesquisa da RNI com os consumidores que buscam imóvel para investimento, a plataforma



ganhou um novo espaço dedicado ao público que deseja investir em imóveis para negócios. Dessa forma, essas pessoas podem triar por localização, tamanho e valor, para eleger onde querem investir.

“A estratégia de negócios da RNI é fomentar o desenvolvimento de cidades do interior, porém, próximas dos grandes centros, com imóveis de alta qualidade e grandes áreas de convívio. Essas vantagens são atrativas para investidores que buscam imóveis no interior e regiões de agronegócio”, ressalta o CEO da RNI, Carlos Bianconi.

Os recursos visuais também são fatores determinantes para uma experiência completa com o cliente. Para isso, foram desenvolvidos uma nova identidade visual do novo site, que convite o consumidor a navegar na plataforma e avançar nesta jornada híbrida de compra.

“Consideramos uma evolução do e-commerce, ou seja, não nos atemos a um único formato ou canal de vendas, garantindo uma jornada de compra extremamente útil para o consumidor, atendendo quem precisa de informações rápidas à mão ou prefere tirar suas dúvidas agendando uma visita presencial. As construtoras no geral têm pouca interação com o cliente, portanto, podemos afirmar que somos uma das primeiras do setor a proporcionar uma experiência híbrida, ainda mais integrada com o cliente”, contextualiza Nilson Neves, Gerente de Tecnologia da Informação da RNI.

Além disso, a proteção dos dados pessoais de seus clientes é um compromisso da RNI. Adequada às normas da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a nova ferramenta da incorporadora possibilita realizar simulações simples e completas dos imóveis, em um ambiente seguro e sem vazamento de informações.

Para saber mais, acesse o novo [site](#) da RNI

Sobre a RNI

Fundada em São José do Rio Preto em 1991, com a missão de desenvolver empreendimentos imobiliários de qualidade em todo o Brasil, a construtora e incorporadora RNI, celebra 31 anos de atuação no setor, transformando e desenvolvendo as regiões onde atua. Aliada a uma estratégia de expansão nacional, a empresa contabiliza desde sua fundação 203 empreendimentos lançados em todo o Brasil com atuação em 61 cidades de 12 estados brasileiros. Com capital aberto desde 2007, lançou mais de 78 mil unidades, somando 7,4 milhões de m² construídos, e faz parte das Empresas Rodobens, um dos maiores grupos



empresariais do país, com atuação nos segmentos financeiro e de varejo automotivo – Banco, Consórcio, Corretora de Seguros, Leasing & Locação, Automóveis e Veículos Comerciais. A RNI participa do programa governamental Casa Verde Amarela (antigo Minha Casa Minha Vida), com os seus empreendimentos no segmento faixa 3. Com atuação nacional, o grupo tem tradição de mais de 70 anos.

Contatos para imprensa:

[Weber Shandwick](#)

Priscilla Poubel – ppoubel@webershandwick.com

Telefone: (21) 98351-0185

Paulo Lima – plima@webershandwick.com

Telefone: (11) 98398-6996

Andrea Pontes – apontes@webershandwick.com

Telefone: (11) 99519-6939