

COMO INSERIR SUA CONSTRUTORA NO MUNDO DIGITAL





DICAS IMPORTANTES PARA A LEITURA DESTE EBOOK

Olá! Este eBook é um PDF interativo. Isso quer dizer que aqui, além do texto, você também vai encontrar links, botões e um índice clicável.

Aqui você poderá compartilhar este ebook através das redes sociais, utilizando os ícones interativos no canto superior esquerdo da página.

Ao clicar na opção *IR PARA O ÍNDICE*, você será direcionado para a página de sua preferência, proporcionando uma navegação interativa.

Quando o texto estiver **assim**, significa que foi transformado em Hiperlink. Ao clicá-lo, você será direcionado para um site, um post ou algum material que irá complementar a informação.

Eperamos que essas funções ajudem você a aproveitar melhor o nosso conteúdo! Tenha uma ótima leitura!

O QUE VOCÊ ENCONTRA NESTE EBOOK

Introdução	04
Integração da Gestão	05
Organização do Financeiro	07
Inteligência nas Vendas	09
Simplificação na Gestão de Pessoas	11
Eficiência em Compras	13
Digitalização do Marketing	15
Conclusão	18
O Sienge Platform	19
Sobre a Motor de Conteúdo	20
Referências	21



INTRODUÇÃO

Segundo a pesquisa **Reinventando a Construção: Rotas para uma Maior Produtividade**, o setor da Construção Civil movimenta US\$ 10 trilhões mundialmente. Realizada pela consultoria **McKinsey**, esse valor significa aproximadamente 13% do PIB global.

Porém a produtividade do setor aumentou apenas 1% nos últimos 20 anos, enquanto a economia mundial cresceu 2,8% e o segmento de manufatura, por exemplo, 3,6%.

A transformação digital, processo no qual uma empresa faz uso da tecnologia para melhorar o seu desempenho, pode ser adotada em todas as áreas de uma construtora. E a promessa é de mudar o cenário acima.

Tanto que esse tipo de investimento está em primeiro lugar entre as medidas indicadas pela McKinsey para reduzir o custo de produção em até 6%!

Essa nova revolução é capaz de trazer inovação para a sua empresa, modificando o gerenciamento de processos. Ela gera também inúmeros outros benefícios, como o aumento da produtividade e a integração de todas as áreas da companhia.

Quer saber como sua construtora pode sair da Idade da Pedra e se tornar digital? Leia este ebook e descubra como mudar cada setor da empresa!



Créditos: Anísio Revestimentos/Divulgação



Integração da Gestão

IR PARA O ÍNDICE



Integração da Gestão

O cotidiano de quem trabalha com a administração de uma construtora é dinâmico. Lidar com o planejamento dos empreendimentos, equilibrar o orçamento das obras em andamento e controlar as vendas dos imóveis são tarefas feitas simultaneamente.

Em um mercado competitivo e em constante mudança, a transformação digital oferece uma visão 360° do negócio. A utilização de um **software ERP** (Enterprise Resource Planning) **específico para a construção civil** facilita o fluxo de informações e atividades. Tudo de maneira organizada e otimizada.

Na prática, quando sua empresa for gerenciada por um ERP, a comunicação entre os departamentos fica mais clara e a integração das informações ganha eficiência.

Uma área que pode ser muito beneficiada é a de **gestão de contratos**. A tecnologia não apenas proporciona **organização e economia de tempo**. Ao automatizar processos, facilita gerenciar os seus ciclos de vida e o cumprimento das obrigações estabelecidas.

E quando, em conjunto com o ERP, é utilizado um sistema de **Suporte à Decisão**, as **vantagens se acentuam ainda mais!** Essa tecnologia processa e analisa os dados presentes em todos os outros software da empresa. Um grande aliado que ajudará na identificação de novas oportunidades e tomada de decisões mais assertivas.

Créditos: Emme Due Pisos e Revestimentos/Divulgação



Que tal combinar os dados de um cronograma de obras com a previsão do tempo? Ou então descobrir que a produtividade não atingiu o nível esperado, localizar o motivo do problema e já agir de forma certa sobre ele? Tudo isso é possível.

O resultado: As chances de erros serão cada vez mais improváveis!



Créditos: Anísio Revestimentos/Divulgação



Organização no Financeiro

IR PARA O ÍNDICE



Organização no Financeiro

Obter informações de previsão de receitas e despesas da empresa é uma atividade que demanda tempo do setor **Financeiro**. Ainda mais quando cada empreendimento tem o seu planejamento realizado em planilhas individuais.

Para o seu time, consolidar as informações de todas as obras e realizar o rateio dos custos por empreendimento são tarefas manuais e que demandam tempo? A adoção de uma ferramenta tecnológica que seja focada em levar sua construtora rumo à transformação digital é fundamental.

Tenha, em suas mãos, um painel de gestão financeira de ponta para a sua construtora!

Todas as informações necessárias são facilmente disponibilizadas. Isso garante o aumento da produtividade e do controle desde o canteiro de obras até os empreendimentos vendidos pelo setor comercial.

A realização e gestão dos **orçamentos das obras também são facilitados**, já que todos os custos são enviados de maneira instantânea para o Financeiro. E caso a construtora pense em adotar um **sistema BIM** (Building Information Modeling), a integração dos dados desse software ao ERP também será realizada automaticamente.

Créditos: INFOR CHANNEL/Divulgação



Utilizar um sistema BIM para elaborar e gerir os orçamentos só trará vantagens para a empresa!

Confira:

- Menos retrabalho no desenvolvimento de projetos: tudo que foi modelado na ferramenta será orçado;
- Diminuição dos erros: como os processos são automatizados, evitam-se erros de digitação manual e de interpretação dos dados;
- Maior objetividade: Permite que os setores Financeiro e de Compras realizem um comparativo de preços que auxilie na negociação e escolha de fornecedores;
- Aumento na velocidade de montagem dos orçamentos: gera cronogramas de mais aderentes à realidade de cada obra.



Créditos: Anísio Revestimentos/Divulgação



Inteligência nas Vendas

IR PARA O ÍNDICE



Inteligência nas Vendas

Como seriam suas vendas caso os processos fossem mais rápidos e organizados?

A utilização de um sistema que também tenha um **módulo Comercial** é capaz de ajudar — e muito esse setor.

A **gestão dos contratos** de vendas dos imóveis, por exemplo, não sairá mais dos trilhos. As tabelas de preço e a impressão dos contratos são emitidas automaticamente, sem intervenção humana.

Assinado o contrato comercial, inicia-se um longo relacionamento entre seu cliente e sua incorporadora. Integrar contratos de vendas e a prestação dos serviços será fundamental para que essa relação seja saudável para os dois lados. Cada um dos contratos de vendas com seus clientes gera diversas parcelas, que precisam ser monitoradas no tempo.

Ou seja, uma construtora com um processo comercial apurado e integrado automaticamente com o financeiro gera um controle dos recebíveis assertivo e garante seu fluxo de caixa.

Já o **espelho de vendas** terá um papel ainda mais estratégico, sendo essencial para controlar a produtividade tanto por empreendimento como por corretor. Outras informações essenciais disponíveis são a quantidade de contratos cancelados, com atualização automática dos fluxos de recebimentos, entre outras funções.

Créditos: Emme Due Pisos e Revestimentos/Divulgação



Na prática:

Imagine que duas pessoas se interessaram pelo mesmo imóvel e queiram reservá-lo. O sistema avisará se isso acontecer, evitando mal entendidos. Caso o negócio seja fechado, a comissão para o corretor que realizar a venda é registrada automaticamente.



Créditos: Anísio Revestimentos/Divulgação



Simplificação na Gestão de Pessoas

[IR PARA O ÍNDICE](#)



Simplificação na Gestão de Pessoas

Uma construtora tem como um dos seus maiores calcanhares de Aquiles a gestão de mão de obra, que costuma tirar o sono do setor de **Recursos Humanos**. A contratação e a manutenção dos colaboradores varia conforme o número de obras ativas e a necessidade de cada uma delas. Isso sem contar os funcionários terceirizados.

Sua empresa também pode se beneficiar da tecnologia para esse setor.

Os custos do dimensionamento e rateio de mão de obra, **seja direta ou indireta**, por exemplo, costuma ser um grande desafio!

E, no processo de levar sua construtora a um novo patamar de serviços digitais, agilidade também é palavra de ordem. A utilização de um sistema de **Administração de Pessoal** permite o gerenciamento e execução de todas as rotinas do setor de Recursos Humanos de forma eficiente.

A Folha de Pagamento, que pode ocasionar dor de cabeça (principalmente em empresas com muitas obras) torna-se um processo simples e rápido. Tenha total controle sobre questões como:

- Admissão
- Vale Transporte
- Férias
- Rescisões
- RAIS (Relação Anual de Informações Sociais)
- DIRF (Declaração do Imposto de Renda Retido na Fonte)

Créditos: CEUSB/Divulgação





Créditos: Anisio Revestimentos/Divulgação



Eficiência nas Compras

[IR PARA O ÍNDICE](#)



Eficiência nas Compras

Você sabe bem o peso do custo dos insumos em uma obra. E o quanto um processo de compras eficiente tem impacto direto no custo final do empreendimento e, conseqüentemente, no lucro da sua construtora.

Assim, se o seu desejo é o de economizar, antecipar-se é o melhor remédio!

Quantas vezes suas obras tiveram que parar por falta de itens tão básicos como cimento ou cal, por exemplo? Agora não é hora de apontar os culpados, mas se for colocado no papel os atrasos que sua construtora teve...

Bom, o prejuízo é grande: os trabalhadores ficam parados e a **compra** feita de maneira emergencial terá um custo maior.

Saiba que é possível evitar tudo isso quando o engenheiro responsável acompanha de perto e antecipa as requisições. Essas ações facilitam o trabalho do Compras, que pode usar um **sistema inteligente** para enviar automaticamente a cotação para os fornecedores selecionados.

Integrar também é preciso, sabia?

Fomentar a interação entre o engenheiro de obra e a equipe de Compras é muito importante. Tanto para checar se os insumos necessários estão disponíveis para o canteiro de obras, como para evitar **aquisições desnecessárias**.

Créditos: Emme Due Pisos e Revestimentos/Divulgação



Ao conferir os materiais recebidos, o responsável deve registrar o recebimento e enviar a nota fiscal para o departamento Financeiro. Se houver problemas no recebimento, reportar ao Compras.

Este controle evitará impactos indesejados no fluxo de caixa da sua construtora, pois todas as áreas envolvidas serão comunicadas sobre os materiais recebidos.



Créditos: Anísio Revestimentos/Divulgação



Digitalização do Marketing

[IR PARA O ÍNDICE](#)



Digitalização do Marketing

Segundo números do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil tem 116 milhões de usuários de internet. Isso significa que a rede mundial de computadores oferece uma infinidade de oportunidades para expor sua empresa.

Mas não se engane: seu público não está disposto a clicar em um banner de um site qualquer. Ele deseja ser impressionado, valorizado e, por que não, encantado. E é nesse cenário que o marketing de conteúdo atua.

São posts, vídeos, infográficos, white papers e ebooks, entre outras formas de conteúdo qualificado. Eles podem ser publicados em um blog dentro do seu site para atrair clientes em potencial.

No marketing de conteúdo a sua construtora não procura, provoca ou incomoda o cliente. Ao invés de interromper uma música ou programa com propaganda e entrar sem ser convidada, a empresa será encontrada quando mais será útil.

Vamos supor que um casal está planejando seu casamento e já procurando um imóvel para comprar. IE, ao digitar na Internet “primeiro imóvel”, encontra o seu blog que traz conteúdo especial sobre o assunto. As chances de consumirem as informações e procurarem por um empreendimento seu serão maiores, não é mesmo?

Ou seja, o marketing de conteúdo concentra seus esforços em quem realmente tem potencial para se tornar cliente, aumentando suas conversões e o retorno sobre o investimento.

Veja as estatísticas abaixo:

- 82% das empresas que postam diariamente em seus blogs conquistaram novos clientes por esse canal;
- 55% é o crescimento do número de visitantes do site de uma empresa que mantém um blog.
- 434% de aumento na indexação de páginas no Google
- 62% é quanto o marketing de conteúdo é mais barato que o tradicional. Ele gera 3 vezes mais leads.

Fonte: Hubspot State of Inbound

SE VOCÊ TEM INTERESSE EM DESBRAVAR O PROMISSOR MUNDO DO **MARKETING DE CONTEÚDO** E NÃO SABE POR ONDE COMEÇAR, CONFIRA **6 PASSOS IMPORTANTES A SEREM TOMADOS!**

PASSO 1 CRIE PERSONAS

A **persona** é a representação do seu cliente ideal. É quem bate o martelo, assina o contrato e efetivamente compra seus imóveis. Ela é definida a partir de estudos sobre quem são os clientes e seu posicionamento no mercado.

PASSO 2 DEFINA AS PALAVRAS-CHAVE

O uso de **palavras-chave** nos conteúdos é de grande importância. É a partir delas que muitos usuários vão encontrar os conteúdos da sua construtora nos mecanismos de busca, como o **Google**.

PASSO 3 DETERMINE A ETAPA NO FUNIL DE VENDAS

Para dar fluxo à **jornada de compra** deve-se fazer uso do funil de vendas, que divide o processo em três etapas: **topo**, **meio e fundo**. Cada uma pede o apoio de um conteúdo específico, que faça conexão direta com o momento do cliente, criando um relacionamento espontâneo com a sua marca.

PASSO 6 BUSQUE AJUDA ESPECIALIZADA

Se a equipe é enxuta e você já percebeu que não conseguirá seguir uma **rotina bem elaborada de marketing de conteúdo** e nem ter regularidade nas publicações para **gerar leads qualificados**, é hora de buscar ajuda. Um **fornecedor externo** é capaz de oferecer profissionais qualificados e especialistas no seu negócio, com entregas de qualidade.

Não desista de ser uma construtora digital. Pense nessa possibilidade!

PASSO 5 MÃO NA MASSA

Somente depois que todos os passos anteriores forem completados é que chega a hora de produzir os conteúdos. E não é tão fácil como parece! Os redatores precisam conhecer profundamente o mercado, o seu negócio e como escrever de uma maneira que encante a persona. Tudo isso seguindo as melhores práticas de **SEO** (Search Engine Optimization) e obedecendo as regras de cada etapa do funil de vendas. um relacionamento espontâneo com a sua marca.

PASSO 4 PLANEJE

Para que seja eficiente e gere resultados, toda estratégia de marketing de conteúdo precisa de um bom **planejamento**. É nesse ponto que as etapas anteriores serão unidas, ajudando na definição dos temas que serão desenvolvidos.

Também faz parte do planejamento definir onde os conteúdos serão disseminados (blog, redes sociais e email marketing, por exemplo) e quando. Para organizar esses processos, o ideal é utilizar um **calendário editorial**.



CONCLUSÃO

O avanço da transformação digital está desafiando as construtoras a modificarem a maneira de pensar, produzir, tomar decisões e competir comercialmente. E isso vale tanto para a adoção de uma ferramenta completa de gestão da Construção Civil como também de investir em uma estratégia de marketing de conteúdo.

Com a criação de novas metodologias e processos, o potencial de alavancar sua empresa, tornando os projetos mais enxutos e lucrativos é gigantesco.

O momento certo para sair na frente e incorporar as novidades é agora! Não aderir ao chamado do futuro vai significar, em um curto espaço de tempo, uma grande diferença na competitividade.

Entendeu porque sua construtora precisa focar-se na adoção de ferramentas tecnológicas que levem à transformação digital? Ouse desbravar o novo e comece agora mesmo!

GOSTOU DO CONTEÚDO? COMPARTILHE!

O SIENGE PLATFORM

O Sienge Platform é um sistema de gestão, também chamado de ERP – Enterprise Resource Planning, especializado na Indústria da Construção. Você pode gerenciar e integrar todas as áreas de uma empresa, sem ter que abrir mão de um software que atenda com propriedade a produção da sua empresa. Com o Sienge e sua equipe altamente capacitada neste segmento, todas as necessidades do setor estão ao seu alcance.

Quero conhecer mais!



Você encontra outros materiais disponíveis em nosso Blog, sempre com novidades interessantes.

Visite www.sienge.com.br/blog/

SOBRE A MOTOR DE CONTEÚDO

A Motor de Conteúdo é uma agência de Marketing Digital com foco em Conteúdo. Ajudaseus clientes com a produção e gestão de conteúdo especializado com inovação nos formatos para atender diferentes canais digitais.

Quero conhecer mais!



Se você precisa de ajuda para inovar na produção do seu conteúdo ou liberar seu time para tratar de assuntos mais estratégicos ela pode te ajudar. Conheça as ofertas [aqui](#).

REFERÊNCIAS

Sienge

Motor de Conteúdo

Construtech Ventures

Wikipedia

IBGE

Hubspot

McKinsey