

Chegou e-mail para você!

Como a segmentação de
conteúdo alavancou as mídias
editoriais próprias da JLL

2023





New Message



De : JLL Brasil <brasil@jll.com.br>

Para : Prêmio Jatobá PR

Subject : Chegou e-mail para você

Olá, caro(a) jurado(a) do Troféu Jatobá. Tudo bem?

É uma pena que não saibamos o seu nome. Do contrário, essa saudação inicial poderia ser ainda mais íntima, certo? Imagine, então, se conhecêssemos previamente as suas predileções – se gosta de uma apresentação de PowerPoint mais ou menos formal, de um texto detalhado ou em tópicos, imagens ou vídeos... Não acha que estaríamos em um caminho mais certo para uma melhor avaliação desse case?

Pois é.

Até 2021, o time de Comunicação e Marketing da JLL, consultoria imobiliária líder de mercado globalmente e presente no Brasil há mais de 25 anos, também não conhecia tão bem o público de potenciais clientes para quem divulgava conteúdo. Afinal, a empresa oferece quase uma dezena de diferentes serviços tanto para investidores quanto para ocupantes de imóveis comerciais, sejam escritórios, galpões logísticos e fabris, data centers, hotéis, hospitais, lojas, entre outros.

Com interlocutores tão diversos, o blog da JLL, Tendências & Insights, havia sido lançado em 2018 com a missão de ser abastecido regularmente com uma variedade de conteúdos que atendesse a todos eles. O mesmo se aplicava às mídias sociais. Como, no entanto, implementar uma estratégia de comunicação integrada, que dialogasse com cada um desses públicos, sem causar prejuízo à marca da empresa, conhecida por prover soluções para todo o ciclo imobiliário?

A resposta que encontramos está nos próximos slides. Esperamos que goste!

Atenciosamente,

- Comunicação Corporativa – JLL Brasil

Insights que geraram tendências na Comunicação da JLL

Dividido em quatro seções, para abordar diferentes temas relacionados ao mercado imobiliário, o blog **Tendências & Insights** está alocado dentro do site da JLL e é atualizado semanalmente com reportagens e relatórios.

Trata-se de uma ferramenta indispensável dentro da estratégia de inbound marketing da companhia, despertando o interesse de potenciais clientes e aculturando o público sobre as nuances dos diferentes serviços prestados pela JLL.

A audiência chega até o blog de diferentes maneiras, entre as principais:



Newsletters e
e-mails marketing



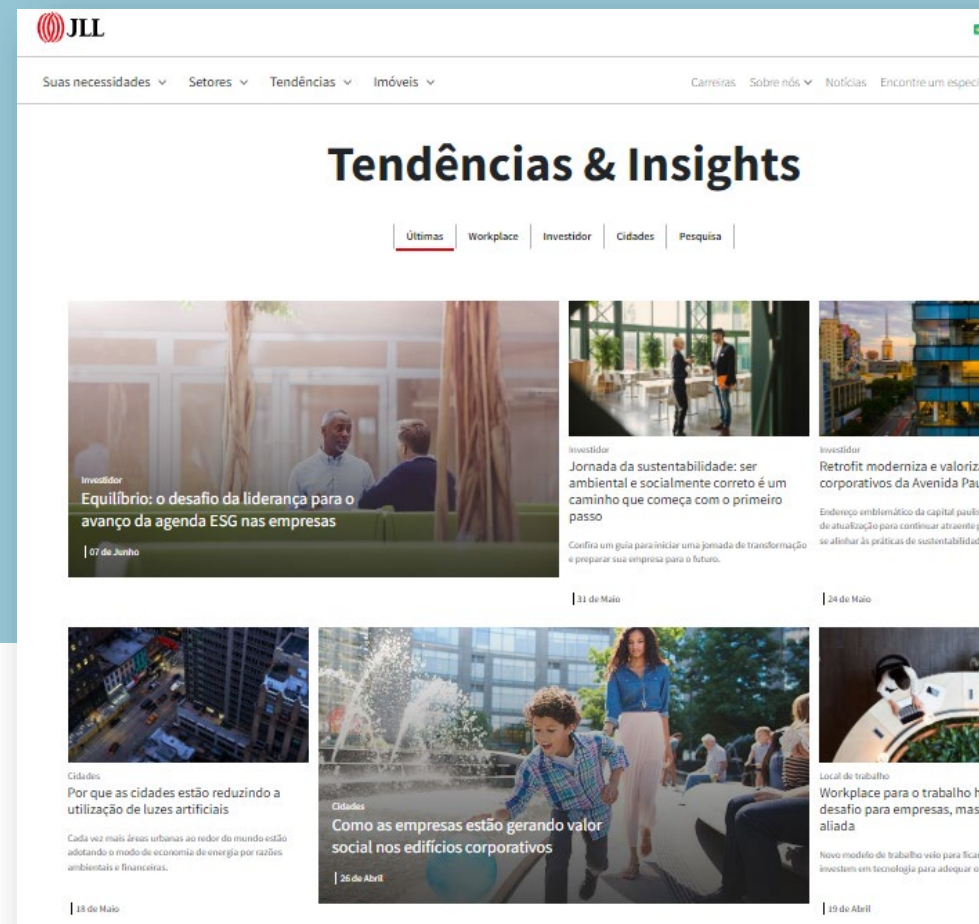
Busca orgânica
(SEO)



Busca paga
(Google Search)



Mídias sociais



Até 2021, no entanto, a divulgação via e-mail colaborava com uma parcela quase irrisória do total mensal de acessos da plataforma – mesmo com um mailing preexistente com mais de 13.000 contatos de pessoas que já conheciam a JLL e o mercado imobiliário. Quer insight melhor, portanto, para alavancar os números do blog?

Chegou e-mail para quem?

Havia um motivo para o baixo engajamento nas campanhas realizadas via e-mail para movimentar o blog Tendências & Insights: embora o mailing fosse substancial e composto majoritariamente por decisores de grandes empresas com algum vínculo com o mercado imobiliário, era também bastante diverso.

Lá, estavam, por exemplo, proprietários de galpões logísticos, diretores de patrimônio de grandes empresas, síndicos de empreendimentos corporativos e investidores hoteleiros, entre outros, cada um com seus interesses. Uma autêntica Torre de Babel.

Vamos fazer um teste? Para qual desses públicos deveria ser enviada a newsletter com os conteúdos listados abaixo?



Aproveitamento da **água condensada** do ar-condicionado melhora a eficiência do prédio



Cinco dicas para fazer a melhor compra ou venda de imóvel



Levi's profissionaliza o gerenciamento de **portfólio das lojas próprias com a JLL**



Serviço de implantação hoteleira garante **especificações técnicas e design internacional** com fornecedores locais



Se respondeu “para todos eles”, você cometeu o mesmo erro em que já incorremos algumas vezes. A partir de 2022, uma newsletter como essa, com temas tão diversos, não seria mais enviada “**para nenhum**” desses públicos da JLL.

Uma nova página de preferências

O primeiro passo para o melhor aproveitamento das campanhas de e-mail da JLL era difícil: a organização do mailing com mais de uma dezena de milhares de contatos, segmentando-o de acordo com o perfil e as preferências de cada uma dessas pessoas.

Quer entender melhor como fizemos essa divisão? Veja ao lado a **nova página** de atualização de preferências e cadastro de contatos que criamos dentro do site da JLL.

Com essa divisão bem definida, a JLL não teria mais uma só newsletter com todas as suas principais atualizações sobre o mercado imobiliário. Os e-mails que chegariam à caixa de entrada dos contatos seriam variados e teriam endereço certo – notícias sobre logística para quem é desse setor, sobre gestão predial para quem é administrador de empreendimentos, sobre transações para investidores e por aí vai.



Brasil

Suas necessidadesSetoresTendênciasImóveis

CarreirasSobre nósNotíciasEncontre um especialistaFale conosco

Queremos enviar apenas conteúdos relevantes!

Cadastre-se abaixo e informe os assuntos que mais te interessam relacionados ao mercado imobiliário para que possamos enviar conteúdos e novidades exclusivas.

Para que possamos enviar os conteúdos mais relevantes para você, preencha quantos campos desejar:

Com quais desses perfis você/sua empresa se identifica?

☐ Investidora no segmento de edifícios comerciais

☐ Investidora de imóveis industriais, logísticos e galpões

☐ Inquilina de escritórios

☐ Inquilina de imóveis industriais/logísticos e galpões

☐ Investidora no segmento de varejo

☐ Inquilino no segmento de varejo

☐ Investidora no segmento de hotéis

☐ Imobiliária/corretores autônomos

☐ Incorporadoras/Construtoras

Outros interesses

☐ Sustentabilidade

☐ Tecnologia

☐ Gestão de Propriedades

☐ Data Center

☐ Healthcare

☐ Residencial business-to-business

☐ Residencial em Portugal

☐ Eventos JLL - Investidores e Proprietários

☐ Eventos JLL - Ocupantes e Locatários

Quer receber ofertas de imóveis?

☐ Sim, de edifícios/andares comerciais

☐ Sim, de imóveis industriais/logísticos

☐ Sim, de diferentes tipos de imóvel

☐ Sim, de imóveis residenciais em Portugal

Enviar

É hora de divulgar!

Além de organizar os mailings dentro da plataforma de automação de marketing (Oracle Eloqua), havia a necessidade de fomentar a inclusão de novos contatos, já adequados à segmentação preestabelecida pela equipe de Comunicação Corporativa.

Confira as quatro ações de divulgação da página de preferências da JLL:



1. Leads provenientes das áreas de negócio

Respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), todos os contatos cadastrados pelos times comerciais da JLL na plataforma de CRM da empresa (Salesforce) passaram a receber um convite automático via e-mail para ter acesso a conteúdos de seu interesse diretamente na caixa de entrada.



JLL

Olá. Tudo bem?

Quer receber as últimas notícias, tendências, insights e oportunidades do mercado imobiliário diretamente na sua caixa de entrada?

Cadastre-se abaixo e informe os assuntos que mais te interessam relacionados ao nosso setor para que possamos enviar conteúdos exclusivos.

INSCREVA-SE AQUI!

Conheça alguns de nossos conteúdos!



Estudos de Mercado



Reportagens



Podcasts

É hora de divulgar!



2. Campanhas de mídia paga

Com um investimento de apenas R\$ 6 mil, o time de Marketing utilizou a segmentação de plataformas como LinkedIn Ads e Meta Ads para criar anúncios exclusivos para cada público-alvo, convidando as pessoas impactadas a se cadastrarem gratuitamente para recebimento de conteúdo exclusivo da JLL.



3. Cadastro automático em campanhas para topo de funil

Nas campanhas de Marketing Digital realizadas para determinados públicos da JLL, ainda em fase de awareness sobre os serviços prestados pela empresa, foi incluído um campo de opt-in para o recebimento de e-mails. Assim, se uma pessoa interagia com um anúncio sobre o segmento de escritórios, por exemplo, automaticamente começaria a receber esse tipo de conteúdo.

JLL
1.696.397 seguidores
Patrocinado

Há mais de 200 anos, orientamos o mercado imobiliário corporativo com as principais tendências e novidades de um setor em constante transformação!

E você, quer receber conteúdos exclusivos sobre o mercado de escritórios? Cadastre-se e informe os assuntos que mais te interessam para que possamos enviar estudos de mercado, notícias, reportagens e muito mais, sempre com base nos tópicos que você considerou relevantes.

Quer receber conteúdos exclusivos e novidades sobre o mercado de escritórios?

Cadastre-se para receber **estudos de mercado, reportagens, podcasts e muito mais!**

Receba conteúdos exclusivos sobre o mercado de escritórios
jll.com.br

Cadastre-se

É hora de divulgar!



4. Promoção para a base já existente

Para os contatos que já constavam no mailing da JLL, foi programada uma campanha de e-mails para informar sobre o oferecimento de conteúdo customizado. Além disso, posts orgânicos de mídias sociais estimularam os seguidores da empresa no LinkedIn, no Facebook e no Instagram a também aderirem ao cadastro para recebimento de e-mails.



JLL

Olá, Mateus. Tudo bem?

Queremos ajudar você a se manter atualizado sobre os principais assuntos e tendências do mercado imobiliário! No entanto, para estarmos em conformidade com as regras da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), **precisamos que você atualize as suas preferências!**

Em JLL.com.br, temos uma página otimizada e preparada para enviar apenas o que você considera relevante. Ou seja, **você determina os assuntos** e a gente alimenta a sua caixa de entrada com reportagens, relatórios de mercado, podcasts e conteúdos exclusivos e customizados.

ATUALIZE AQUI!

JLL

in f ig yt tw
www.jll.com.br



JLL SEE A BRIGHTER WAY

Queremos enviar apenas
conteúdos relevantes para você!

Cadastre suas **preferências em JLL.com.br**



Por quais temas do
mercado imobiliário
você mais se interessa?

**Atualize as suas preferências
em JLL.com.br** para receber
conteúdos exclusivos e
personalizados!

JLL SEE A BRIGHTER WAY

Nossa base cresceu!

A base de contatos da JLL, que já era robusta para uma empresa business-to-business, ficou ainda maior após as ações de divulgação da nova página de preferências.

568

Esse foi o número de novos contatos captados em 2022.

892

No primeiro semestre de 2023, a quantidade de novos contatos foi ainda mais relevante.

O maior benefício, porém, era a obtenção de um mailing bastante segmentado.



Mãos à obra!

Com uma base de contatos sólida e segmentada, era hora de arregaçar as mangas e aumentar a produção de conteúdo relacionado à JLL, para atender a todos os públicos presentes nos diferentes mailings estabelecidos.

2022

123 

conteúdos publicados no
site JLL.com.br

970 

inserções na imprensa,
fruto de um trabalho
intenso de PR

23 artigos 

escritos de punho próprio pelos
porta-vozes da JLL e publicados
em JLL.com.br



Ao mesmo tempo, novos canais de veiculação de informação foram lançados – como uma série de podcasts sobre o mercado imobiliário. Sem falar nos e-books e vídeos, que seguimos desenvolvendo mensalmente.

Todo esse conteúdo serviu de munição para o disparo das newsletters segmentadas da JLL. E não foi só o número de envios que cresceu. O engajamento também, em uma prova de que a estratégia está funcionando.

Segundo o Eloqua, um e-mail marketing bem-sucedido é aquele que tem mais de 23% de taxa de abertura e 2,5% de taxa de clique.

Veja a evolução:

2020

7 newsletters enviadas, com 10,3% de taxa abertura e 0,4% de taxa de clique

2021

13 newsletters enviadas, com 16,5% de taxa de abertura e 1,1% de taxa de clique

2022

27 newsletters enviadas, com 59% de taxa de abertura e 4,8% de taxa de clique

2023 (primeiro semestre)

10 newsletters enviadas, com 43% taxa de abertura e 8,3% de taxa de clique

Vamos conferir alguns exemplos?

Que tal se sentir como um dos destinatários das nossas newsletters? A seguir, alguns exemplos de e-mails enviados entre 2022 e 2023.

Público:

Proprietários e investidores de empreendimentos corporativos

Envio: **março/2023**

Público:

Administradores prediais

Envio: **setembro/2022**

Público:

Investidores do setor hoteleiro

Envio: **maio/2022**

Público:

Profissionais do setor industrial e logístico

Envio: **maio/2023**

Público:

Profissionais do setor bancário

Envio: **junho/2022**

Público:

Profissionais de incorporadoras

Envio: **agosto/2022**

Público:

Inquilinos de escritórios

Envio: **maio/2023**

Público:

Profissionais de empresas de varejo

Envio: **outubro/2022**

Público:

Interessados em Sustentabilidade

Envio: **junho/2023**

Reconhecimento além das métricas de e-mail

Os efeitos positivos da segmentação de conteúdo transcenderam as taxas de abertura e cliques das newsletters enviadas. O blog Tendências & Insights registrou um **aumento de 22,5% de audiência** desde que a nova estratégia foi implantada. O que dizer, então, dos elogios espontâneos recebidos?



Adelmo Romero • 2º

Diretor Patrimônio no Bradesco

1 a •

+ Seguir ...

Recebi um artigo interessante, elaborado pela [JLL](#) sobre a nova realidade estrutural do varejo bancário, onde se faz uma síntese dos movimentos de diminuição das redes físicas de agências, do contexto de transformação digital e do uso dos espaços corporativos, que gostaria de compartilhar com vocês.

Estar atentos e ativos na condução destas transformações são nossa atribuição enquanto Gestores dos Espaços da Organização.

Boa leitura e reflexão.

[#Digital](#) [#Trasnformação](#) [#EspaçosCorporativos](#) [#varejo](#)

“Sempre me informo sobre o mercado imobiliário lendo as suas matérias. Obrigado.”

Corretor imobiliário

“Conhecer a área de Sustentabilidade da JLL nos ajuda na preocupação com o meio ambiente, de como podemos implementar práticas nos edifícios, agregando valor para a carteira de ativos.”

Contato de empresa de construção

“Parabéns a todos da JLL! Uma honra poder contribuir com a produção e participar desse conteúdo com vocês.”

Entrevistada de podcast

“Muito bom suporte com conteúdos para ajudar durante todo o processo de prestação de serviços.”

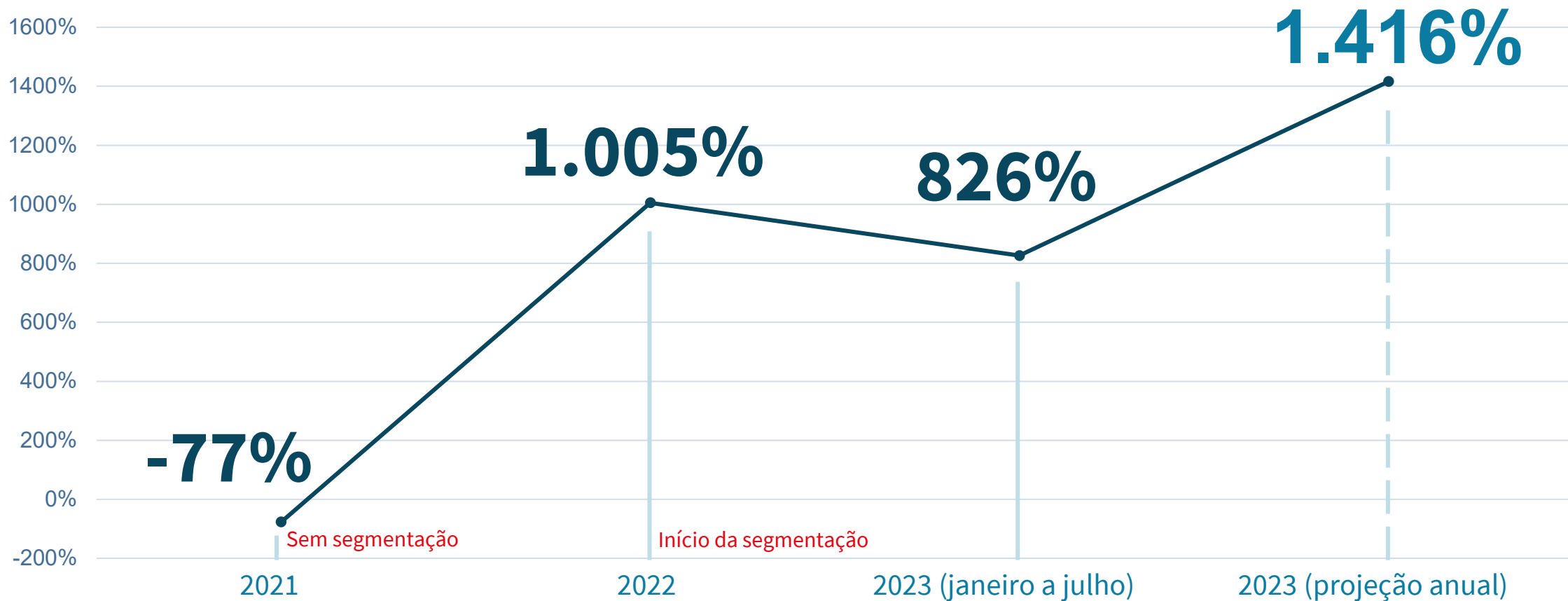
Contato de empresa de prestação de serviços (Serasa Experian)

“No mundo de projetos de real estate e operações de facilities, quanto mais ágil e assertivo, melhor, portanto, nos sentimos bem-informados.”

Contato de empresa de tecnologia (Lenovo)

Mais e-mails, mais receita

O conteúdo é a base de todas as campanhas de Marketing praticadas pela JLL com a intenção de atrair novos clientes. Aliado a outras ações, desde que o novo modelo de produção e divulgação de materiais foi implantado, o retorno sobre o investimento (ROI) realizado em estratégias de prospecção subiu vertiginosamente.



Quer saber mais?

E, então, gostou do nosso case?
Para saber mais sobre o nosso
trabalho, é fácil – basta se cadastrar
no nosso site, indicar as suas
preferências de conteúdos
relacionados ao mercado imobiliário
e ficar atento à sua caixa de entrada.

Chegará e-mail **para você!**

Cadastre-se aqui!



Obrigado!

Larissa Aranha

Diretora

Comunicação Corporativa e Marketing

Helder Cyrillo Jr.

Gerente

Comunicação Corporativa e Marketing

Mateus Videira

Analista

Comunicação Corporativa e Marketing