



www.remamax.pt

Reconhecida através do balão vermelho, branco e azul, a Remax é uma das marcas mais respeitadas no mundo. A rede de franchising imobiliário que mais imóveis vende, defende valores como: ambição, qualidade, experiência e profissionalismo. A marca, o serviço e a satisfação dos seus colaboradores têm sido reconhecidos e premiados anualmente, ocupando hoje, um lugar de marca "top of mind" entre os consumidores de todo o mundo e de Portugal.

Valores da Marca

A Remax é um franchising imobiliário internacional, baseado num modelo de gestão centralizado no comercial, característica que a diferencia de todas as outras agências e redes imobiliárias. O sistema Remax permite recrutar e reter os melhores profissionais do mercado. O modelo Remax, criado em 1973 nos EUA por Dave Liniger, assenta num pressuposto de benefícios mútuos para todas as partes: agência, agentes imobiliários e clientes. "Todos Ganham" é a máxima da Remax e matriz do seu modelo de organização. Cada agência integra agentes imobiliários com apoio da rede, espírito de entreajuda e partilha, mentalidade empresarial, fidelização de clientes, envolvimento do modelo de gestão da Remax, do apoio

da rede, da notoriedade da marca e do princípio de máxima comissão. Assim, a Remax revolucionou o mercado imobiliário e alterou as regras do sector tradicional. O comercial constitui a peça mais importante da agência imobiliária. Mas, manter a coesão de um modelo de gestão, em que cada entidade é independente, exige que o sistema tenha por base princípios e procedimentos bem definidos e partilhados. A Remax foi pioneira na definição de um código genético empresarial que define os seus princípios e cultura: ADN Remax. Liberdade com responsabilidade, independência com apoio da rede, espírito de entreajuda e partilha, mentalidade empresarial, fidelização de clientes, envolvimento na

comunidade, liderança, reconhecimento e serviço de excelência são alguns dos bons princípios defendidos pela Remax. Hoje, a Remax em Portugal tem mais de 215 agências e integra mais de 2.700 profissionais que têm como missão manter a liderança do mercado, através de uma conduta baseada num código de ética, com um objectivo: prestar um serviço de excelência que satisfaça todas as necessidades imobiliárias dos seus clientes.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

A Remax está atenta às necessidades e tendências do mercado. Exemplo disso, é a campanha de Saldos promovida anualmente, prestando um "serviço" inovador no sector imobiliário. Para 2009, a Remax preparou um novo "produto", a Bolsa de Permutas Remax, com a qual, os proprietários podem permutar os seus imóveis de uma forma rápida e quase automática, pois o sistema de tecnologia e o profissionalismo dos agentes Remax assim o vão permitir. Faz parte dos projectos futuros da Remax continuar a sua expansão com previsão de abertura de 30 novas unidades de franchising em 2009. Para garantir um serviço de excelência, a Remax já instituiu dentro da rede o "Compromisso Remax" no qual os agentes se comprometem com os seus clientes a uma série de actividades que garantem o máximo profissionalismo e os máximos resultados.

Mercado

O sector imobiliário em Portugal representa uma excelente oportunidade de negócio. Por ano, são efectuadas 300 mil transacções imobiliárias, das quais cerca de 60% são realizadas por particulares. No entanto, a tendência é que as redes

imobiliárias profissionais comecem a conquistar transacções ao mercado, pois os clientes proprietários e/ou compradores precisam cada vez mais de um serviço profissional com resultados garantidos.

Comunicação

Em Portugal, a Remax desenvolve a sua comunicação em 3 eixos: posicionamento, recrutamento e dinamização da sua rede e do mercado imobiliário. A inovação para este ano é a campanha de "Bolsa de Permutas Remax", que permite a rápida troca de casa entre 2 proprietários com necessidades diferentes, resolvendo possíveis problemas de clientes que se prendam com o crédito hipotecário. Os Saldos Remax são também uma inovação que criou um mercado de procura próprio e uma oportunidade única de compra e venda; bem como o Open House que permite uma promoção diferenciada do imóvel em comercialização, podendo os interessados visitá-lo sem avisar. Outra

inovação, foi a implementação de acções de "Guerrilha", onde é possível chegar aos clientes num formato diferente, inesperado e emocional. Por exemplo, dia 26 de Junho de 2008, 2.700 agentes estiveram nas suas zonas de influência a distribuir peças de comunicação, estabelecendo um contacto directo com o público. As peças eram maças que continham um folheto anexoado, com a mensagem "enquanto faz a digestão já nós vendemos 2 casas". O acompanhamento e dinamização da rede são feitos através de acções / eventos de motivação e reconhecimento; e peças de comunicação interna como Intranet e Remax News, uma revista mensal interna que reforça o espírito de coesão e partilha da rede. A responsabilidade social faz parte da cultura Remax, desenvolvendo-se inúmeros projectos nesta área. Em 2005, a marca lançou o projecto "Remax pelas Crianças", através do qual desenvolve iniciativas que contribuem para divulgar e apoiar instituições de solidariedade social que trabalhem com crianças carenciadas. A nível internacional a Remax ajuda anualmente mais de 17 milhões de crianças, através do seu contributo aos hospitais da rede "Children's Miracle".

Vantagens Competitivas

A Remax aposta na formação, garantindo a profissionalização dos seus agentes que se reflecte no serviço e satisfação dos clientes. A estratégia de desenvolvimento assenta precisamente numa rede de comerciares produtivos, o que só é possível através de formação contínua. Na Remax, a formação baseia-se em sistemas práticos e dinâmicos, sendo acreditada pelo DGERT/DSQA (ex IQF) - Direcção Geral do Emprego e das Relações

Factos que desconhece

Remax - Real Estate Maximums: Resultados Máximos; Máxima Comissão; Máxima Cooperação; Máxima Formação; Máximo Serviço ao Cliente; Máxima Rentabilidade.

O balão da Remax surge como uma ideia de agentes Remax no Novo México, como forma da publicidade para o Festival de Balões de Albuquerque em 1978.

A Remax tem mais de 7.000 escritórios em 65 países e mais de 120.000 agentes.

A Remax vende 2 imóveis em cada 3 que angaria.

Em 2008, a Remax deu 3.264 horas de formação baseada em sistemas práticos e metodologias dinâmicas.

Actualmente mais de 43.000 clientes confiam na Remax.

do Trabalho - Direcção de Serviços de Qualidade e Acreditação - e certificada pelo InCI - Instituto da Construção e do Imobiliário para a obtenção e/ou revalidação da Licença de Angariador/Mediador. A Remax defende, ainda, a criação de "agentes tecnologicamente avançados", capazes de utilizar tecnologias de informação podendo dar, assim, um serviço mais rápido e eficaz aos seus clientes. O sistema de CRM interno e o site da Remax Portugal (www.remamax.pt), são 2 exemplos concretos de vantagens competitivas.

1973 Criação da marca, Colorado (EUA).

2000 Lançamento REMAX em Portugal.

2001 1º lugar Ranking de Franchising do IIF - Instituto de Informação em Franchising no Sector Imobiliário.

2007 Marca de Excelência - Superbrands. 2ª Melhor Empresa para Trabalhar (Exame e Heidrick & Struggles). Prémio Melhor Franchising do Ano. Prémio Melhor Franchising de Serviços. Lançamento do Livro "Todos Ganham".

2008 Marca de Excelência - Superbrands. 2ª Melhor Empresa para Trabalhar - "Great Place to Work".

2009 2ª Melhor Empresa para Trabalhar.

Advertisement for competition: "A CONCORRÊNCIA É MUITO FORTE? ENTÃO, JUNTE-SE À CONCORRÊNCIA." Includes a photo of a man in a suit and the RE/MAX logo.

Advertisement for "Dependemos uns dos outros" featuring a group of hands holding a square frame and the RE/MAX logo.

Advertisement for "Saldos RE/MAX" featuring a red and white tag with the text "Para comprar ou arrendar Saldos RE/MAX Mais de 5.900 IMÓVEIS COM DESCONTOS ATÉ 42% De 28 de Dezembro a 28 de Fevereiro. www.remamax.pt"

Awards banner for RE/MAX featuring logos for Superbrands 2008, Best Franchising 2007, and Best Real Estate Franchise 2008, with the text "PROFISSIONAIS EXCELENTES. RESULTADOS EXCELENTES."