CURSO DE FORMAÇÃO

MARCA PESSOAL:

O ATIVO DE CONFIANÇA DO PROFISSIONAL IMOBILIÁRIO

Escola Superior de
Actividades Imobiliárias



INFORMAÇÃO DA FORMAÇÃO

CARGA HORÁRIA	14 horas
Nº TOTAL DE MÓDULOS	3 Módulos
Nº TOTAL ECTS	2,5 ECTS
INVESTIMENTO TOTAL	350€ *

* Desconto de 10% para Alunos e Ex-Alunos.

COORDENADORA DA FORMAÇÃO: **Dr.ª Sofia Perestrelo**

ENQUADRAMENTO

O problema: Os profissionais do imobiliário sabem que a marca pessoal os deve distinguir e que trabalham num negócio de relações. Na prática, não sabem que estratégia está por trás, nem como extrair a sua marca e mostrá-la.

> **Efeito Marca Branca:** Com a IA e as redes, todos comunicam da mesma forma e ficam indistintos. Quando o proprietário não percebe a diferença entre dois consultores, compara o que é fácil comparar: preço e comissão.

A resposta: Um curso prático, organizado pelas três fases do método AFR: Auditoria, Fundação e Roadmap. Cada formando sai com a sua marca extraída de evidência real, com pilares editoriais e territórios de comunicação escolhidos, e com um plano para a mostrar no offline e no digital. A marca gera confiança antes do primeiro contacto, e é dessa confiança que nascem as angariações e as recomendações a compradores.

Ao longo dos três módulos, os participantes trabalham sobre o seu próprio caso, desde o diagnóstico da marca pessoal até à definição do posicionamento e à sua aplicação nos contactos presenciais e digitais da angariação e da relação com compradores.

A formação inclui uma sessão de acompanhamento aos 30 dias, para partilha de evidências de aplicação e ajuste do plano.

DESTINATÁRIOS

Esta formação destina-se a consultores imobiliários e profissionais do setor que estejam a iniciar a sua carreira ou que pretendam consolidar o seu percurso profissional, reforçando a sua marca pessoal e o posicionamento no mercado.

É adequada tanto a quem já tem presença digital como a quem pretende criá-la de raiz.

OBJETIVOS

GERAL

- Capacitar os participantes para definir e desenvolver a sua marca pessoal com base na experiência, nas competências e na evidência do seu percurso profissional, promovendo um posicionamento distintivo e uma comunicação consistente nos diferentes pontos de contacto, presenciais e digitais, ao longo dos processos de angariação e de relacionamento com compradores.

ESPECÍFICOS

No final do curso, os participantes devem ser capazes de:

- Identificar sinais do Efeito Marca Branca no seu perfil profissional e nos diferentes pontos de contacto;

- Elaborar um mapa de evidência do seu percurso, identificando experiências, decisões, comportamentos e resultados relevantes para a construção da sua marca pessoal;

- Formular os três mecanismos: Propósito, Identidade e Posicionamento;

- Apresentar o Pitch de Confiança em 3 frases, que comunique de forma clara e diferenciadora o seu valor enquanto profissional.

OBJETIVOS

- Escolher territórios de comunicação e pilares editoriais alinhados com o seu posicionamento profissional.

- Produzir o one pager da sua marca pessoal, que oriente a sua comunicação e atuação nos pontos de contacto presenciais e digitais.

- Planear 30 dias de aplicação com o sistema RITMO, estabelecendo uma cadência de comunicação e indicadores de acompanhamento.

O que se espera ver no trabalho a 30 dias

- Pitch de Confiança usado em pelo menos 3 contactos de angariação.

- Perfil principal revisto segundo o one pager.

- RITMO cumprido todas as semanas, com registo de conversas com próximo passo e de reuniões de angariação marcadas.

- Conteúdos publicados alinhados com os pilares.

METODOLOGIA DE FORMAÇÃO

Predomina o método ativo: o formando trabalha sobre o seu próprio caso desde o primeiro minuto. A exposição é curta e serve para dar o modelo antes de cada exercício.

A formação combina quatro abordagens:

- **Expositiva:** blocos curtos para dar o modelo antes de o aplicar.
- **Demonstrativa:** casos reais anonimizados, antes e depois.
- **Interrogativa:** respostas com factos, não opiniões sobre si.
- **Ativa:** trabalho individual, em pares e role-play, com entregável.

Cada participante deverá dispor de computador portátil ou tablet para acompanhar as sessões.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A avaliação integra quatro momentos:

- **Diagnóstica:** questionário curto e análise do perfil digital principal, antes do primeiro módulo.
- **Formativa:** análise dos exercícios, retorno entre pares e retorno da formadora ao Pitch de Confiança e ao *one pager*.
- **Sumativa:** portefólio constituído pelo one pager (40%), plano RITMO de 30 dias (30%) e apresentação do Pitch de Confiança (30%), com grelha de critérios.
- **Transferência:** recolha de evidências de aplicação na sessão de acompanhamento aos 30 dias.

CERTIFICAÇÃO

- Certificado: aos formandos que obtenham uma classificação final superior a 10 valores, numa escala de 0 a 20 valores, entreguem os elementos de avaliação previstos e cumpram uma assiduidade mínima de 80%.
- Certificado de Frequência: aos participantes que frequentarem a formação sem avaliação.

REQUISITOS DE ADMISSÃO

- Profissionais com experiência no setor imobiliário ou interessados em iniciar uma carreira nesta área e desenvolver competências em marca pessoal.

CANDIDATURA

Envio da ficha de candidatura devidamente preenchida, juntamente com uma fotografia a cores, tipo passe, Curriculum Vitae e fotocópia legível dos certificados de habilitação para o email de contacto da ESAI.

Receberá, no mesmo dia ou, no máximo, em 2 dias úteis, uma resposta por email ou via contacto telefónico.

SELEÇÃO E INSCRIÇÃO

Após confirmação da aceitação da candidatura por parte da ESAI, o candidato deverá concretizar a inscrição através do pagamento.

São selecionados os interessados que cumpram os requisitos de admissão e efetuem o respetivo pagamento. A constituição da turma é feita por ordem de inscrição.

O número de vagas é limitado sendo as inscrições encerradas logo que esgotadas as vagas.

REGULAMENTO DE FORMAÇÃO

O regulamento do Programa Executivo em Análise de Investimento Imobiliário enquadra-se no regulamento geral de formação da ESAI, que pode encontrar no nosso site : https://esai.pt/regulamento-formacao/

Qualquer elemento em falta neste documento será analisado de acordo com esse regulamento.

ESTRUTURA MODULAR E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

FORMADORA Dr.ª Sofia Perestrelo

Três módulos, um por fase do método AFR, e uma sessão de acompanhamento. Cada módulo termina com um entregável do próprio formando, que alimenta o seguinte.

Módulo 01

O Auditoria: a marca que já existe (4h)

O que é que já dizem de mim, e porquê?

- Marca pessoal e marketing pessoal: a perceção que os outros têm de ti e a forma intencional como a mostras.
- O Efeito Marca Branca: porque é que o conteúdo ficou todo igual, e o papel da IA nisso.
- A confiança precede o negócio: a pergunta silenciosa do proprietário antes de entregar a angariação.
- Evidência: entrevista em pares com guião próprio e leitura do histórico (decisões, comportamentos, escolhas, histórias, resultados). Factos, não opiniões sobre si.
- Diagnóstico: auditoria dos últimos 10 conteúdos com a grelha PES (Personal, Expertise, Solução) e dos pontos de contacto offline. O gap entre quem és e o que mostras.

Entregável: mapa de evidência e diagnóstico.

ESTRUTURA MODULAR E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Módulo 02

Fundação: o lugar que só tu ocupas (4h)

O que me torna inconfundível?

- Os três mecanismos: Propósito, Identidade e Posicionamento.
- Valores, missão, personalidade e tom de voz, extraídos do mapa de evidência e não inventados na sessão.
- Proposta de valor: Encaixe de Valor e Ponte de Valor. O proprietário não compra tarefas, compra resultados sentidos.
- Os 3P do Valor: Posição, Prova e Processo.
- Pitch de Confiança: os 3P em três frases, escritas, apresentadas e testadas em role-play com um proprietário.

Entregável: três mecanismos, Pitch de Confiança e rascunho do one pager.

ESTRUTURA MODULAR E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Módulo 03

Roadmap: mostrar a marca no offline e no digital (4h)

O que mostro, onde e com que regularidade?

- Do posicionamento aos territórios de comunicação: o espaço que mais ninguém pode ocupar.
- Pilares editoriais equilibrados entre Personal, Expertise e Solução; uma ideia, três ângulos.
- Offline: primeira conversa, reunião de angariação, apresentação do processo ao proprietário, acompanhamento de compradores.
- Digital: canal principal, perfil e formatos coerentes com o one pager.
- IA sem Efeito Marca Branca: a IA amplifica a voz extraída, não a substitui.
- Sistema RITMO: a cadência semanal que transforma a marca em contactos, angariações e recomendações.

Entregável: *one pager* final, territórios e pilares editoriais e plano RITMO de 30 dias.

ESTRUTURA MODULAR E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Sessão de Acompanhamento | 30 Dias Depois (2h)

O que mudou no meu trabalho?

- Partilha de evidências de aplicação e dos 2 indicadores do RITMO.
- Ajuste do one pager e do plano para os meses seguintes.

FORMADORA



Dr.ª Sofia Perestrelo

Estratega de marca pessoal, formadora e consultora. Autora do método AFR e do conceito Efeito Marca Branca.

Licenciada em Ciências da Comunicação, conta com mais de 25 anos de experiência em marketing e estratégia de marca, com passagem por empresas como a Sonae, NOS, MetLife e Sagres.

Foi diretora de Marketing e Comunicação da KW Portugal durante seis anos e desenvolveu formações em Portugal, Espanha e Angola, em empresas como RE/MAX, KW, PwC Portugal e MetLife, entre outras.

O seu percurso inclui Leões de Ouro e Prata em Cannes e o Prémio Eficácia Ouro e Prata, em 2010, com a campanha «Entra em Campo», da Sagres, associada à agência BUS.

Contribuiu ainda para a obra 93 Vozes pela Comunicação, publicada pelo ISCTE-IUL em 2025. Conta com mais de 700 profissionais formados.