



RNI valoriza talento da casa em nova campanha de marketing

Com resultado histórico a cada trimestre e foco na expansão nacional, incorporadora investe fora dos grandes centros e em regiões do agronegócio, lança nova campanha 'Piscou, Aprovou' protagonizada por colaborador, e apresenta novo e-commerce para engajar público brasileiro a conquistar o sonho da casa própria

Após sucesso do e-commerce, sendo uma das primeiras do Brasil a lançar a plataforma, que atingiu a marca histórica de 3,6 milhões em menos de um mês, a construtora e incorporadora RNI, do grupo Empresas Rodobens, dá mais um importante passo em sua estratégia de negócios e marketing e lança este mês a campanha '**Piscou, Aprovou**'. Inspirada na agilidade de suas iniciativas e no seu substancial crescimento em curto período, a nova ação visa facilitar não apenas a compra pelo e-commerce, mas também o processo de análise de crédito para aprovação bancária em até duas horas.

A iniciativa inédita tem como objetivo simplificar e agilizar o processo, que na grande maioria dos casos leva dias. A nova campanha, que será veiculada nas redes sociais e e-commerce da empresa, será aplicada inicialmente em 14 empreendimentos da companhia em várias cidades do país ao longo do mês de junho, com possibilidade de prorrogação.

A nova campanha está alinhada ao conceito de SMarketing, quando vendas e marketing atuam de forma integrada com o *Service Level Agreement* (SLA), o *Sales Development Representative* (SDR) e o *Customer Relationship Management* (CRM), qualificando os leads para ambas as áreas. "A sinergia entre as áreas é importante para que tenhamos eficiência na operação e alcance de melhores resultados, com objetivo de entregar uma melhor experiência ao cliente, neste caso, a realização do sonho da casa própria. No Brasil, principalmente no segmento da construção civil são poucas empresas que possuem a área de Marketing tão integrada a todas as frentes", explica Henrique Cerqueira, diretor de vendas, marketing e novos negócios da RNI.

A iniciativa faz parte da continuidade à celebração dos 30 anos da incorporadora no mercado brasileiro. "Nós estamos vivendo um momento especial com crescimento histórico e expansão nacional. Em apenas seis meses, lançamos seis empreendimentos e geramos mais de 1200 postos de trabalhos diretos. Uma das nossas maiores fortalezas é o nosso capital humano, nossos talentos que têm ajudado a companhia ser hoje o que é. Para estrelar essa nova campanha elegemos um de nossos colaboradores, Renato Calgaro e por meio dele prestamos uma homenagem a todos que estão conosco na construção dessa linda história".

Colaboradores como protagonistas da campanha

Renato Calgaro, especialista em Marketing da construtora, é um dos primeiros rostos a figurar a campanha. O colaborador da RNI, atua na empresa há quatro anos, teve ascensão na companhia e vem sendo preparado para assumir novos desafios. "Uma de nossas missões é continuar investindo no desenvolvimento de talentos, inclusive para



os cargos de gestão. Um dos nossos principais valores e compromissos é a preservação e cuidado com o capital humano”, afirma Henrique Cerqueira, que ressalta também que a valorização de talentos é um dos diferenciais da RNI.

Exemplo disso é o atual CEO da empresa, Carlos Bianconi, que tem sua trajetória profissional integrada à história das Empresas Rodobens. Há 31 anos no grupo, Bianconi cresceu junto com a companhia, inicialmente como Office Boy, passando por diversas áreas e funções como administrativa no setor automotivo, gerente do projeto e implementação do SAP e do CSC e hoje está na liderança da operação da empresa.

Confira abaixo a relação de empreendimentos disponíveis na campanha **Piscou, Aprovou'**:

- Garden RNI – Bady Bassitt (SP)
- RNI Nova Jaçanã – São Paulo (SP)
- RNI Nações Unidas – Bauru (SP)
- Green Club Palhoça – Palhoça (SC)
- Green Club Rondonópolis – Rondonópolis (MT)
- Smart Haus RNI – Blumenau (SC)
- Altos dos Jerivás – Pelotas (RS)
- Estação RNI – Goiânia (GO)
- RNI Vega Jardim – Aparecida de Goiânia (GO)
- Moradas Parque – Pacatuba (CE)
- Reserva Sim – Feira de Santana (BA)
- RNI Moradas Clube Vicente Bissoni – Rondonópolis (MT)
- Origem VG – Várzea Grande (MT)
- Parque Ohara RNI – Cuiabá (MT)

E-commerce

Considerada uma das primeiras ativações de marketing da RNI, o novo e-commerce já é considerado um sucesso. A RNI é uma das primeiras do Brasil a desenvolver e lançar uma plataforma de compras digital, em que o consumidor pode fazer toda a jornada do sonho da casa própria (visita virtual, simulação de financiamento e conclusão de compra do imóvel totalmente online). Na plataforma <https://www.rni.com.br> é possível acessar de forma prática e rápida, além de 100% digital, todas as informações do empreendimento que deseja conhecer, desde o acesso a planta, passando pela consulta e simulação de compra e crédito, até a aprovação do financiamento e fechamento de contrato. Na nova ferramenta da RNI todas essas etapas podem ser feitas de forma online, além disso, é possível fazer um tour virtual pelas unidades, incluindo a utilização de óculos de realidade virtual como mais um atrativo interativo. A ferramenta desenvolvida em parceria com a empresa Accurate, com investimento de aproximadamente R\$ 1 milhão, permite ao potencial cliente realizar a experiência de compra do novo imóvel de forma completamente virtual, e atende à crescente demanda do novo perfil de consumidores adeptos das compras online.

Expansão e crescimento



Em sólido processo de expansão nacional, apenas no 1T21, a construtora e incorporadora RNI teve lucro de R\$ 27 milhões apenas no primeiro trimestre. Com resultado 98% superior ao ano anterior e foco no crescimento regional, a incorporadora investe fora dos grandes centros e regiões do agronegócio, além de contribuir com o sonho da casa própria. Neste período a construtora lançou três empreendimentos – Garden RNI (Bady Bassitt/SP), Smart Haus (Blumenau/SC) e Moradas Parque (Pacatuba/CE) - totalizando R\$ 221 milhões, ou seja, em apenas 3 meses a RNI colocou no mercado 50% do que lançou no ano passado gerando aproximadamente mil postos de trabalhos diretos. A empresa teve resultado 241% superior ao resultado de 1T20, alcançando R\$740 milhões em lançamentos nos últimos 12 meses, resultado 70% superior ao mesmo período no ano passado. Para mostrar o sucesso da incorporadora, neste mês a construtora acaba de lançar o Bosque dos Ipês, novo empreendimento a ser construído em Campo Grande, Mato Grosso do Sul e teve 80% dos imóveis vendidos em apenas 1 semana, agregando mais R\$ 81,8 milhões ao VGV já lançado no ano.

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 30 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 192 empreendimentos lançados em todo o Brasil com atuação em 59 cidades de 12 estados brasileiros. Com capital aberto desde 2007, lançou mais de 73 mil unidades, somando 6,9 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. <https://www.rni.com.br>.

Contatos para imprensa:

Weber Shandwick

<http://www.webershandwick.com.br/>

Priscilla Poubel - ppoubel@webershandwick.com

Telefones: (21) 99150-8110 | (21) 98351-0185

Paulo Lima – plima@webershandwick.com

Telefone: (11) 98398-6996

Andrea Pontes – apontes@webershandwick.com

Telefones: (11) 99519-6939