

Agenti immobiliari: nuovi metodi

IL MATTONE NON È PIÙ IN SALA D'ASPETTO

Come accorciare o sfruttare meglio i tempi lunghi della compravendita di case? Ciascun network ha la sua ricetta: dagli Open House all'Home Service.

di **Marcella Persola**

Tempi di vendita per gli immobili troppo lunghi? Non è più un problema. Ci pensano la fantasia e l'inventiva a recuperare ciò che la realtà sembra frenare. Se i tempi medi di vendita di un immobile sono passati da 4 a 6 mesi, indice che il mercato sta iniziando una fase di riflessione, i network immobiliari non si sono di certo preoccupati e hanno dato vita a strategie di marketing innovative, e a volte molto curiose, per ovviare alla problematica.

E' il caso, ad esempio, di **RE/MAX Italia** che ha puntato tutto sull'*Open House*. Si tratta di un evento organizzato dall'agenzia immobiliare durante il quale è possibile visitare l'immobile. A volte questi eventi sono accompagnati da mostre d'arte. Insomma, veri e propri *party*. «La formula consente un avvicinamento tra domanda e offerta» sottolinea **Dario Castiglia**, a.d. di RE/ MAX Italia. «E' iniziata timidamente nel 1997 e inizialmente i risultati erano mediocri, ma poi via via sono cresciuti, tanto che oggi questa

strategia consente di dimezzare rispetto alla norma i tempi medi di vendita». Chi non crede molto in tale strategia sono gli altri *network competitor*. **Professionecasa**, **Grimaldi Immobiliare** e **Gabetti Property Solutions** preferiscono concentrarsi sulle attività consuete. Professionecasa, ad esempio, sottolinea quanto sia importante perseguire nella

strategia dell'*home service*, ossia offrire al cliente tutta una gamma di servizi complementari all'acquisto dell'immobile, dal mutuo all'arredamento. «Fornire informazioni chiare, immediate, potenziare il *web* in modo da creare sinergia nella rete» è la ricetta di **Luca Bogliano**, direttore *franchising* di **Fondocasa**. Senza dimenticare i prezzi degli immobili. «L'attività del consulente immobiliare deve prevedere una corretta formulazione del prezzo di vendita. In tal modo vengono poste in essere tutte le premesse per il raggiungimento di un corretto prezzo di realizzo per il venditore dell'immobile e una contestuale diminuzione dei tempi medi di vendita» precisa **Alessio Pizzi**, consulente della direzione generale del **gruppo Toscano**. Anche se alcuni operatori sono convinti che soltanto aggregandosi sarà possibile contrastare tale fenomeno. E' il caso di **Criterio Selecta**, un sistema nato per gestire gli immobili di più operatori che promette di dimezzare i tempi di vendita. ■

