



Fondocasa Via Martiri 1, Villanova d'Albenga, Savona



Fondocasa: franchising immobiliare, presente in Italia dal 1996; punti vendita esistenti: 151

Una comunicazione che raggiunge immediatamente il suo scopo: attirare l'attenzione. E lo fa in modo diretto, semplice, ma soprattutto ordinato. Perché è proprio la linearità, la chiarezza della comunicazione, l'allestimento "pulito" della vetrina che colpisce lo sguardo. E l'agenzia immobiliare in franchising Fondocasa questo lo sa e attorno a questo concetto fa ruotare la sua comunicazione. Una comunicazione fatta soprattutto di materiale cartaceo (modulistica, biglietti da visita, cartelli vetrina, cartelli portone, cartelli cantiere, cartelline, carta da lettera, brochure, volantini, coupon, pocket...) estremamente personalizzato attraverso la stampa del logo, sempre presente nei suoi colori istituzionali (giallo e blu), e uno stile comunicativo assolutamente accessibile. Ma parliamo dall'esterno, dall'ingresso del pdv, per esempio. Il messaggio è chiaro fin dall'insegna (luminosa) che, oltre al logo deve riportare il termine affiliato. Una considerazione, però: il nome è esplicito del "prodotto" che lì si vende ma perché non rendere il tutto ancora più evidente facendo entrare i clienti da una vera porta... magari quelle con battente, colorate; insomma stile Island! Ma restiamo sempre fuori dal pdv: ecco l'espositore dal design elegante che ospita volantini, leaflet e soprattutto la rivista Fc Informa, distribuita in 70.000 copie mensili, redatta da Artwork, agenzia che gestisce anche l'ufficio stampa Fondocasa. È il fatto che Fondocasa sia l'unico franchising immobiliare ad avere un'agenzia di comunicazione e pubbliche relazioni interna la dice lunga! Infatti, se è vero che il franchisor fornisce al franchisee un package operativo per l'inizio dell'attività, dalle linee guida da seguire, è altrettanto vero che l'affiliato può gestire la sua comunicazione, con creatività e versatilità e avere Artwork per una supervisione grafica, consigli, suggerimenti, non è cosa da poco. E l'interno del pdv? La riconoscibilità dei colori istituzionali la si ritrova nell'arredamento: divanetti e sedie blu, tavoli in cristallo, mobili in legno color magnolia. Tutto in nome di quella trasparenza, luminosità, limpidezza che caratterizza Fondocasa stessa e il messaggio che vuole veicolare. Una comunicazione "trasparente" non è, anche a livello psicologico, un incentivo in più a fidarsi?

www.fondocasa.it
www.artworkprogetti.net