

VENDERE CASE OGGI

Come cambia il mercato immobiliare: vendere ti permette di costruire!



C'è un vecchio proverbio africano che dice: *"Il mare calmo non rende bravo il marinaio"*. Nulla di più vero per il settore immobiliare, che dal 2008 ad oggi ha visto grandi cambiamenti per tutti gli operatori del settore "immobili".

Provate a pensare a un paradosso di questo settore: **prima era sufficiente costruire per vendere, ora tutto è l'esatto opposto: serve vendere per poter costruire!** Ed è una nuova sfida per chi opera in questo settore e come in natura, i più veloci ad adattarsi saranno quelli che sopravvivranno.

Ed è su queste nuove regole che mi confronto quotidianamente con imprenditori edili e agenzie immobiliari. Con loro parlo di marketing, quindi di promozione, sicuro che chi riesce a promuoversi meglio venderà di più. Niente di più azzeccato per essere ospitato proprio su questo magazine. Non a caso, con i miei clienti arrivo sempre alla faticosa domanda: **"come faccio a vendere tutti gli immobili che ho a portafoglio?"**.

E' una risposta su cui potremo dilungarci molto, tuttavia credo si possa riassumere in 3 consigli pratici:

1. Dai il giusto valore.

Questo è veramente il punto di partenza. Oggi le persone sono semplicemente più attente a come spendere i soldi. E la casa sicuramente è un investimento che ne richiede tanti.

Tradotto: non è più possibile "rifilare pacchi". Se nel tuo portafoglio degli immobili ci sono case in classe energetica C o inferiore, se sono situati in posti malfamati o senza parcheggio... serve abbassarne il prezzo, perché realmente valgono di meno.

Perciò, **per vendere (e per continuare a farlo), bisogna essere onesti prima di tutto con se stessi.** E porsi per primi la domanda: **"ma io quei soldi li spenderei per quell'immobile?"**. Se siete incerti della risposta, fate un sondaggio tra i clienti, è vitale! Infatti, dare il giusto valore all'immobile è il primo passo per dare il giusto valore al cliente. E quindi vendere al giusto prezzo!

Sembrerà una situazione da libro cuore, tuttavia è una necessità di vendita molto pratica al di là dell'etica: spesso i costruttori (o le agenzie) operano in un area territoriale molto specifica, e dovranno continuare a farlo. **La miglior pubblicità, quindi, sarà la loro reputazione nel territorio!** Non c'è vendita che valga il rischio di rovinarla!

2. Fai sapere che ci sei.

Ovviamente avere degli appartamenti di valore (per il cliente!) non è sufficiente nel mercato di oggi. Basta, anche in questo caso, porsi una semplice domanda:

"quante delle persone che oggi potrebbero essere interessate a questo immobile sanno che possono contattarmi senza alcun impegno per valutarne l'acquisto?". Per questo la quantità di comunicazione è cruciale. Le

azioni "spot", fatte una volta ogni tanto non pagano! E il risultato è che **se pochi vi conoscono, pochi vi chiederanno informazioni!** In fondo il marketing serve proprio a questo in una piccola e media impresa: trovare contatti di persone interessate all'acquisto della casa che proponete.

E ci sono innumerevoli spunti su azioni di successo. La Mauro Rizzinelli di Sarezzo (BS) ha organizzato un evento con una villa arredata a cantiere finito, solo per la tipologia di clienti adatta! La Tasso e Candeloro di Atesa (CH), ha incentivato il passaparola mettendo su internet e sui social network delle video interviste dei propri clienti.

Insomma, se avete degli immobili di valore **non abbiate paura di far fare un affare ai vostri clienti:** inviate loro tante informazioni, su tanti canali e in modo continuativo!

3. La vendita è solo l'inizio.

Questo è l'elemento di successo di molte aziende di cui parlavamo sopra. Per esempio l'agenzia immobiliare MB Studio, in provincia di Como, dove la titolare, Francesca, si occupa anche delle non conformità tecniche, la risoluzione di eventuali contenziosi legali... tutto quello che potremo definire come **"post vendita"**.

Questo argomento che spesso viene visto come "una scocciatura", in realtà è **la vera differenza tra una reputazione "vendibile" rispetto a una solo "usa e getta"**.

Non a caso le statistiche di vendita di MB Studio sono in forte crescita proprio nel difficile mercato di oggi.

In questi 3 piccoli segreti credo ci sia la formula vincente delle aziende che oggi vendono di più nel settore immobiliare. Lo scopo del mio articolo è far sì che anche tu possa iniziare ad utilizzarle

E concedetemi una conclusione: queste difficoltà e cambiamenti sono un gran bene per tutti. Da un lato la concorrenza farà vincere solo le aziende realmente strutturate, facendo pulizia di molti operatori "improvvisati", dall'altro lato i clienti potranno contare su aziende realmente attente ai loro interessi.

Questo è un bel modo di vendere: creare clienti soddisfatti. E detto tra noi, è anche un eccelso modo di fare marketing!

Gianni Vacca

Gianni Vacca è il Marketing Manager di Open Source Management, azienda di consulenza specializzata in network di piccole e medie imprese. Si è laureato a Milano, ha lavorato in USA, Inghilterra e dal 2006 è un libero professionista che si occupa di aiutare le piccole e medie imprese a farsi conoscere meglio per vendere di più nel mercato di oggi. E' possibile trovare i suoi spunti di marketing su www.opensourcemanagement.it o nel suo blog www.giannivacca.it