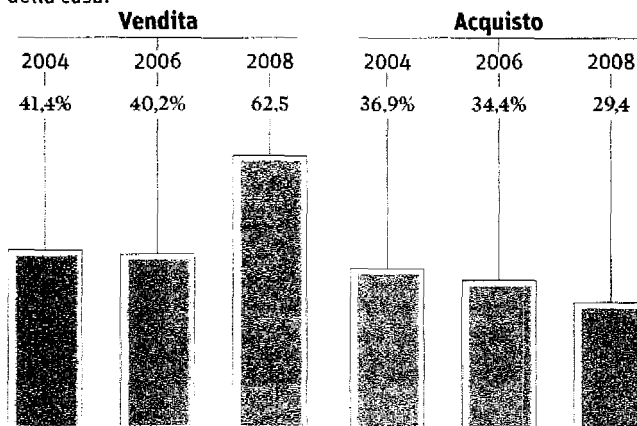


L'analisi. Situazione più critica per i non affiliati - I vantaggi di puntare su internet Scelte difficili ma necessarie

Il mercato

Utilizzo dell'agenzia immobiliare per la vendita e l'acquisto della casa.



Fonte: Centro studi sull'economia immobiliare - Tecnoborsa



Scenari. Il calo delle compravendite impone la ricerca di nuovi business

Marcella Frati*

È ormai da un paio d'anni che l'agente immobiliare si trova a dover gestire un mercato immobiliare e finanziario molto diverso da quello che è stato nei primi anni 2000. Nessuno però si aspettava un 2008 così difficile. Dall'indagine condotta da **Nmg Financial services consulting** a inizio

LINEE GUIDA

Gli indipendenti dovranno ridurre le spese e sfruttare al massimo il web e le piattaforme Mls - Da rivedere il business dei mutui

2007 per Grimaldi Immobiliare su un panel di 200 agenti immobiliari localizzati in tutta Italia era emerso infatti che solo il 23% degli intervistati prevedeva un calo delle compravendite nei successivi due anni, mentre oltre il 60% aveva un'opinione di un mercato che si sarebbe mantenuto stabile sia nelle compravendite che nei prezzi. In particolare, gli agenti del nord Italia erano emersi come i più positivi, mentre quelli del sud già due anni fa avvertivano segnali significativi di un mer-

cato che stava rallentando.

Non solo in Italia, ma in tutti i Paesi dove la figura professionale dell'agente immobiliare è evoluta, ormai si parla da anni della necessità di un modo di lavorare per gli agenti immobiliari più professionale, più aperto ai cambiamenti e più attento alle esigenze della clientela. Sicuramente dallo scorso anno questa necessità è divenuta sempre più importante, ma soprattutto negli ultimi sei mesi diversi modi di fare business utilizzati nel passato sono diventati obsoleti e stanno creando a molti operatori sul territorio incertezza sul proprio futuro e su quale modello di business perseguire.

Cambiare sembra essere la parola chiave per il 2009. Ma quali possono essere le opportunità per il 2009 e cosa significa esattamente cambiare?

Oggi, più che mai, è importante definire una metodologia di crescita sia se si è un agente indipendente sia se si è un affiliato. È importante per tutti gli agenti immobiliari essere degli specialisti e non dei generalisti, in modo da potersi differenziare dalla concorrenza. Diventare diversi significa essere molto selettivi nel reclutare i propri collaboratori e allo stesso tempo essere pronti a

eliminare staff poco professionale. Cambiare significa anche segmentare la propria clientela e identificare quella che porta più valore al proprio business considerando il contesto di mercato in cui si opera. Inoltre è importante per tutti gli agenti immobiliari comunicare e approcciare i diversi target di clientela in modo differenziante in modo da essere più efficaci possibile tenendo presente i costi di ogni iniziativa, cosa funziona e cosa non funziona. Quindi utilizzare di più internet piuttosto che location come i supermercati in modo da crearsi opportunità di raggiungere i clienti a più basso costo rispetto, ad esempio, al tenere in piedi una grande agenzia immobiliare. Inoltre tutti gli agenti immobiliari non devono sottovalutare l'importanza del valore delle piattaforme Mls, che in molti mercati sta guidando l'innovazione in questo mestiere.

Essere un agente indipendente è sicuramente oggi più "sfidante" che essere affiliato. Per continuare a crescere occorre guardarsi "dentro" e identificare la strategia di acquisizione di nuovi clienti che più è in linea con le opportunità offerte dal contesto in cui si opera. Circa i business

sinergici come i mutui, che sono stati venduti/segnalati per molto tempo dagli agenti immobiliari, è importante prendere decisioni se continuare a presidiare tale mercato oppure no. Il mondo mutui è profondamente cambiato e solo creando all'interno dell'agenzia immobiliare un'area di specialisti si potrà creare un vero valore per tutta l'attività. Essere agente immobiliare indipendente significa inoltre lavorare sempre più sul proprio marketing (ovvero prodotti, servizi, comunicazione) incluso il proprio brand.

Guardando avanti, l'agente affiliato sembra avere più vita facile degli agenti indipendenti. Non è un caso infatti che molti gruppi di franchising immobiliare si dichiarino soddisfatti per la loro crescente capacità di attrarre coloro che sono sempre stati indipendenti. L'agente affiliato soprattutto dal 2008 sta ricevendo molti più servizi e supporti rispetto al passato. Oltre alle considerazioni fatte in precedenza per tutte le categorie di agenti immobiliari, la raccomandazione è di cogliere al massimo le opportunità di collaborazione e di supporto che vengono offerte dal gruppo di affiliazione.

*Director Nmg