

NUOVA EDIZIONE AGGIORNATA

Salvatore Coddetta

STRATEGIE DI ACQUISIZIONE E VENDITA IMMOBILIARE

Suggerimenti pratici
per agenti immobiliari, neofiti o esperti,
che vogliono distinguersi nel mercato



MANUALI/FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Salvatore Coddetta

STRATEGIE DI ACQUISIZIONE E VENDITA IMMOBILIARE

**Suggerimenti pratici
per agenti immobiliari, neofiti o esperti,
che vogliono distinguersi nel mercato**

NUOVA EDIZIONE AGGIORNATA

FrancoAngeli

Grafica della copertina: *Elena Pellegrini*

Copyright © 2008, 2ª ed. 2010, 3ª ed. 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

*A tutti gli agenti immobiliari che stanno sul campo ogni giorno
e svolgono il loro lavoro con impegno ed etica professionale*

Indice

Prefazione alla terza edizione	pag.	11
1. Il ritratto dell'agente immobiliare professionale	»	15
1. Le caratteristiche comuni degli agenti immobiliari professionali	»	25
2. I nove passi verso il professionismo	»	30
3. Vendere emozioni	»	37
2. Costruire un business con le referenze auto-motivate	»	45
1. Piena referenza auto-motivata (PRA)	»	46
2. Differenza tra PRA e referral	»	47
3. Una storia raccontata da Cindy Rossmeil	»	48
4. Come costruire un business basato al 100% sulle piene referenze auto-motivate	»	50
5. Altri modi per incrementare il database iniziale dei referral	»	54
6. Come sviluppare la banca dati	»	55
7. Come ottenere referenze 24 ore al giorno, 7 giorni su 7	»	64
8. Come triplicare le provvigioni da ogni cliente	»	66
9. Come trasformare il tuo biglietto da visita in una macchina che genera referenze	»	69
10. Il modo migliore per fidelizzare i clienti e stimolare le referenze	»	70
3. La pianificazione del lavoro di agente immobiliare	»	73
1. Lavorare per obiettivi	»	73

2. Il ciclo produttivo	pag.	76
3. I tassi di conversione	»	79
4. La pianificazione quotidiana	»	81
5. Come utilizzare le schede di pianificazione giornaliera	»	84
4. Come reperire la “notizia”	»	91
1. La sfera di influenza	»	91
2. Il telemarketing	»	92
3. La zona	»	94
3.1. Le pubbliche relazioni	»	94
3.2. Il porta-a-porta	»	97
5. L’acquisizione	»	115
1. Lo sviluppo della notizia	»	115
2. Consigli per un efficace uso del telefono	»	115
3. Gestione delle obiezioni al telefono	»	118
4. Trasformare le notizie in appuntamenti di acquisizione	»	121
5. Come acquisire gli immobili che i proprietari vogliono vendere da soli	»	121
6. Il metodo usato dal venditore per determinare il prezzo di vendita del suo immobile	»	132
7. Suggerimenti per l’appuntamento di acquisizione	»	137
8. Gli strumenti per ottenere l’incarico	»	139
9. La gestione dell’appuntamento di acquisizione	»	141
10. Qualificare il venditore	»	150
11. Presentazione ad alto impatto dei servizi dell’agenzia	»	152
12. Negoziare il prezzo	»	156
13. Il modello DOM	»	159
14. Gestione delle obiezioni in acquisizione	»	162
15. Negoziare l’incarico e le condizioni di vendita o locazione	»	168
16. Inizia a scrivere l’incarico	»	169
6. La gestione dell’incarico	»	173
1. La procedura di gestione dell’incarico	»	173
2. Come e quando ottenere l’adeguamento del prezzo di vendita dell’immobile da parte del proprietario venditore	»	177
3. Come prepararsi ad un incontro per l’adeguamento del prezzo	»	180

4. Cosa fanno gli agenti immobiliari di successo per ottenere l'adeguamento del prezzo	pag. 181
5. Obiezioni frequenti durante l'incontro per l'adeguamento del prezzo e relative risposte efficaci	» 186
6. Fare la differenza	» 188
7. Lavorare con gli acquirenti	» 191
1. Le 3 M del marketing immobiliare	» 191
2. Come creare un rapporto positivo con l'acquirente	» 194
3. Come conquistare la fiducia dell'acquirente	» 195
4. Come qualificare gli acquirenti	» 196
4.1. Le domande urgenti da fare agli acquirenti	» 200
4.2. Le domande per gli acquirenti che sono anche proprietari di immobili	» 201
4.3. Le domande sulla parte economica	» 202
4.4. Le domande per comprendere le esigenze emotive degli acquirenti	» 204
5. Gli immobili di preparazione e il principio del contrasto nel settore immobiliare	» 205
6. Come scegliere quale immobile mostrare agli acquirenti	» 208
7. La gestione delle visite	» 209
7.1. Come strutturare le visite agli immobili	» 210
7.2. Il percorso dall'agenzia alla casa	» 211
7.3. Quali comportamenti adottare durante il percorso in macchina	» 214
7.4. Le procedure da adottare prima di entrare nella casa	» 216
7.5. Le procedure da adottare dentro la casa durante la visita	» 222
8. La gestione delle obiezioni in vendita	» 224
9. La storia raccontata da Zig Ziglar	» 238
8. La trattativa immobiliare	» 243
1. La proposta d'acquisto	» 243
2. Sei consigli per ottenere una proposta	» 244
3. La procedura per portare gli acquirenti alla firma di una proposta	» 245
4. La struttura della chiusura	» 247
5. Obiezioni in fase di proposta	» 248
6. Procedure per la gestione delle obiezioni in fase di proposta	» 249

7. Tecniche di chiusura	pag. 251
8. Preparare gli acquirenti	» 260
9. Consigli essenziali per la presentazione delle proposte ai venditori	» 261
10. La procedura per presentare la proposta al venditore	» 265
11. Quattro strategie per la gestione delle obiezioni del venditore in accettazione	» 269
12. Dall'accettazione al compromesso	» 272
13. Il rogito	» 275
9. La fase post-vendita	» 277
1. Le attività della fase post-vendita	» 277
2. La tecnica di Joe Girard: il più grande venditore del mondo	» 278
3. Il consiglio di Abramo Lincoln	» 279
10. Le fasi di sviluppo del business delle agenzie immobiliari	» 281
1. Dimensioni chiave dello sviluppo	» 282
2. Fase uno: crescita attraverso la creatività	» 285
3. Fase due: crescita attraverso la direzione	» 288
4. Fase tre: crescita attraverso la delega	» 291
5. Fase quattro: crescita attraverso il coordinamento	» 293
6. Fase cinque: crescita attraverso la partecipazione	» 296
7. Linee guida	» 298
Postfazione	» 301
Bibliografia	» 303
Presentazione FormaReal Estate	» 305

Prefazione alla terza edizione

Caro lettore,

benvenuto alla scoperta della terza edizione del mio libro *Strategie di acquisizione e vendita immobiliare*.

Leggendo questo libro imparerai ad acquisire più incarichi e a fare più vendite.

Non sarebbe bello se fosse effettivamente vero? Pensa... Invece dell'ennesima vuota promessa di un arretrante formatore?

Seramente, dico: immagina come sarebbe alla fine dell'anno se, grazie ai metodi e alle procedure che apprenderai leggendo questo libro, tu fossi in grado di raddoppiare la tua attuale produzione.

Ma non fermarti qui...

Immagina di raddoppiare la tua produzione ogni anno, da oggi in poi; immagina di impiegare meno tempo, meno sforzo e meno stress e tensione di quanto tu non stia impiegando attualmente nello svolgimento del tuo lavoro.

Sei scettico? Ti capisco. Con tutta quella "propaganda" in giro di falsi guru, è facile pensare che non ci sia più niente di buono da prendere nei libri o nei corsi di formazione.

Oppure potresti pensare che è impossibile raddoppiare la tua attuale produzione con uno sforzo minore o che non potrai mai raggiungere quel livello di successo.

Ma lascia che ti faccia una promessa audace: impegnati a leggere ogni capitolo di questo libro. Applica queste strategie di acquisizione e vendita immobiliare sul campo. Non sarai mai più lo stesso.

Questo è un grande giorno per te... perché oggi inizi un'avventura emozionante. È un viaggio che ti porterà non solo al successo nella tua carriera di agente immobiliare... ma a una vita di libertà finanziaria e personale.

Per fare questo viaggio non ci vorrà molto. E non sarà difficile. In effetti, sarà una delle scorciatoie più piacevoli e divertenti del successo che tu abbia mai visto.

Come lo so?

Perché ho già testato queste strategie con migliaia di agenti in tutta Italia. Principianti ed esperti con i capelli brizzolati e 30 anni di carriera alle spalle... e posso dire con assoluta sicurezza che funzionano.

Se vuoi portare la tua carriera immobiliare a un livello superiore con meno stress e meno sforzo, queste strategie ti permetteranno di farlo più velocemente e con maggior sicurezza di qualsiasi altra cosa al mondo.

Quindi spero che tu sospenda il giudizio mentre leggi il libro. Prova sul campo con i tuoi clienti queste strategie. E poi, se vuoi, potrai giudicare se funzionano o meno. Ti prego di leggere questo libro con entusiasmo e fiducia... perché questo libro può rappresentare davvero un punto di svolta nella tua vita.

Applicare queste strategie ti permetterà di avere accesso a una vasta riserva di clienti e profitti.

Ti permetterà di entrare in contatto con clienti di qualità prima ancora che i tuoi concorrenti sappiano che questi clienti esistono sul mercato. Renderà i tuoi clienti legati a te per tutta la vita, portandoti referenze e affari.

Creerà relazioni così profonde che le persone ti tratteranno come un familiare stretto e vorranno fare affari con te e solo con te.

Ora stai tenendo quelle strategie nelle tue mani, insieme al libro.

Nel libro ci sono interi capitoli, idee e concetti che ti apriranno nuove porte, che per lo più non potresti mai attraversare da solo, anche se passassi decenni sul campo.

Ecco una rapida panoramica dei contenuti che troverai nel libro.

Nel primo capitolo troverai alcune caratteristiche e tratti comuni a tutti gli agenti immobiliari di successo.

Nel secondo capitolo ti spiegherò come sviluppare il tuo business attraverso le referenze provenienti dai tuoi stessi clienti.

Nel terzo capitolo ti darò un metodo per pianificare il tuo lavoro in funzione degli obiettivi che vuoi raggiungere.

Nel quarto capitolo ti svelerò quali sono le fonti delle notizie e come potrai ottenere il massimo da queste fonti.

Nel quinto capitolo ti fornirò le strategie per acquisire incarichi in esclusiva, a prezzo e senza sconti sulle provvigioni.

Nel sesto capitolo apprenderai le tattiche per la gestione del cliente e dell'incarico di vendita.

Nel settimo capitolo conoscerai gli ingredienti per fare un buon annun-

cio, ricevere richieste, qualificare gli acquirenti e gestire gli appuntamenti di vendita.

Nell'ottavo capitolo vedremo come ottenere una proposta d'acquisto dagli acquirenti e farla accettare al venditore in base alle più potenti tecniche di negoziazione immobiliare.

Nel nono capitolo ci soffermeremo sulla fase del post-vendita.

Nel decimo e ultimo capitolo studieremo le fasi dello sviluppo del business di un agente immobiliare.

Perché sto condividendo qualcosa di così prezioso con te?

Per conoscere nuove persone, creare nuove amicizie e nuovi rapporti di lavoro con tutti gli agenti che dopo aver letto questo libro saranno interessati ai miei servizi di formazione, coaching e mentoring per scoprire un modo nuovo e migliore di lavorare nel settore immobiliare.

Ricordo una citazione che ho letto qualche anno fa che diceva: “Una candela non perde niente condividendo la sua fiamma”.

In cambio, ti faccio una semplice richiesta:

Promettimi che non sottovaluterai il contenuto di questo libro!

Promettimi che leggerai ogni singolo capitolo di questo libro!

Promettimi che applicherai il sistema di lavoro descritto in queste pagine, ogni giorno lavorativo!

Fallo: niente di più, niente di meno... e un mondo completamente nuovo ti si aprirà!

I migliori auguri per il tuo successo.

Salvatore Coddetta

1. Il ritratto dell'agente immobiliare professionale

Chi è l'agente immobiliare professionale? Quale può essere il suo ritratto? Proviamo a rispondere insieme a queste domande. Se stai leggendo questo libro, probabilmente hai avuto o hai delle difficoltà nella tua attività di agente immobiliare. Se stai iniziando a lavorare adesso, non ti preoccupare, perché prima o poi le avrai. Non voglio spaventarti ma molti programmi di formazione a cui ho assistito negli ultimi tempi consistono nel dare una pacca sulla spalla agli acquirenti dicendogli: "Vai che ce la fai!". La realtà del lavoro di ogni giorno, della strada, della zona, poi porta invece a tante delusioni, per cui molti decidono di lasciar perdere dopo poche settimane, creando un forte turn-over nel settore.

Chi fa questo mestiere da più tempo lo sa: uno dei problemi maggiori è proprio il turn-over, soprattutto tra i funzionari acquirenti; ma spesso questo è dovuto a una scarsa formazione iniziale, quando questa invece consentirebbe di dotarsi degli strumenti e degli attrezzi giusti per affrontare le difficoltà e risolvere i problemi.

Quello che è importante è prevedere queste criticità e imparare in anticipo il modo migliore per gestirle. Gli agenti immobiliari sono pagati in maniera direttamente proporzionale alla loro abilità di comunicare e relazionarsi con la gente e alla loro capacità di soddisfarne i bisogni. Chi non è in grado di fare questo, vi posso assicurare, non andrà lontano in questa professione.

Ogni professione ha degli strumenti che, una volta acquisiti, insieme a una certa padronanza nell'uso degli stessi, consentiranno di ottenere dei risultati soddisfacenti. Ad esempio, il gommista ha il cric e la pistola per svitare e avvitare i bulloni che tengono le ruote al cerchio, oppure ha la macchina per fare la convergenza e l'equilibratura. Il chirurgo ha il bisturi. L'architetto ha il compasso, le righe, le squadre e le matite. L'elettricista ha

il tester e il cicalino e così via. Queste persone hanno sviluppato le loro abilità tramite esperienze, studi e pratica prima di diventare dei professionisti. Se sono stati furbi, non hanno imparato solo dalle loro esperienze ma anche da quelle degli altri. La stessa cosa avviene nel settore immobiliare.

Il mio intento in questo libro è farvi capire che non c'è differenza tra un agente immobiliare e gli altri professionisti. Questo lo dico perché spesso si pensa che chi fa questa professione sia una persona che non ha trovato lavoro o non sa fare altro, oppure non ha studiato: insomma, si pensa che questa sia una professione di scarto, di ripiego, e che tutti siano in grado di farla. Non è così. È un lavoro come tutti gli altri, e se volete avere successo dovete diventare dei professionisti, che come vedremo significa “controllare” molte cose e imparare ad utilizzare gli strumenti e i ferri del mestiere.

Come agenti immobiliari, dovete usare i vostri occhi, le vostre orecchie e la vostra bocca perché sono i mezzi principali con i quali lavorate. L'abilità nell'utilizzo di questi importanti strumenti vi consentirà di creare eccitazione ed immagini evocative che spingano le persone a prendere la decisione di acquistare la casa che voi proponete loro oppure a darvi l'incarico di vendita.

Ci tengo a sottolineare che il settore immobiliare non è differente dalle altre professioni. È un mestiere che può essere imparato e trasmesso esattamente come l'idraulico, il telefonista, l'elettricista, il medico, il meccanico ecc. L'unica differenza, forse, è che in questo settore vieni giudicato da quanto guadagni, quindi, se non stai facendo abbastanza soldi, probabilmente non stai dando un buon servizio. La quantità di denaro che potrete guadagnare in questo settore è direttamente proporzionale alla qualità del servizio che offrirete.

Per imparare come garantire migliori prestazioni dovete apprendere da un professionista, qualcuno che già l'ha fatto prima di voi con successo. Occorre avere la curiosità di sapere come fanno, questi professionisti, a ottenere i risultati straordinari che ottengono. Se riuscirete a replicare le azioni specifiche che mettono in atto, i loro comportamenti specifici, allora potrete riprodurre anche i loro stessi risultati. All'inizio occorre quindi avere un modello di riferimento per studiare ed acquisire le sue strategie di successo. Esattamente come fa l'apprendista elettricista che ha il suo capo come modello e ne osserva il modo di lavorare fino a quando, ritenendosi ormai padrone di quell'arte, non decide a sua volta di mettersi in proprio. La vendita in generale, ma in particolare quella relativa al settore immobiliare, è molto simile all'agricoltura: se semini, raccogli. Se seminerete ottimi servizi, raccoglierete enormi guadagni. Dovete andare alla ricerca di modelli di eccellenza tra gli agenti immobiliari che conoscete. Quelli che riescono a

ottenere risultati straordinari, lo fanno producendo specifiche azioni e comportamenti, poiché le azioni sono la fonte di tutti i risultati che si possono ottenere di conseguenza. Si deve partire dal presupposto che tutti siamo dotati della stessa neurologia, per cui se qualcuno può fare qualcosa, in questo mondo, anche tu puoi farlo: a patto di far funzionare il tuo sistema nervoso esattamente allo stesso modo, a patto di replicare le stesse azioni e gli stessi comportamenti. Il processo consistente nello scoprire specificamente che cosa fanno le persone per produrre un particolare risultato è detto **modellamento**, ovvero ricalco, riproduzione di un modello. Bisogna però prestare attenzione al modello da cui si impara. Il rischio è che se si sceglie il modello sbagliato, anche in buona fede, e si riproducono gli stessi comportamenti, si otterranno gli stessi risultati sbagliati. Nella scelta dei modelli, l'esperienza di qualcuno più anziano di voi nel settore o di una scuola di formazione specializzata che vada continuamente alla ricerca dei modelli di successo, può aiutarvi notevolmente. Per quanto riguarda la nostra scuola, grazie ai diversi anni in cui abbiamo lavorato a stretto contatto con gli agenti immobiliari, abbiamo avuto modo di ricavare le tecniche e le strategie dei migliori professionisti del settore, e le implementiamo negli agenti immobiliari delle agenzie che ci richiedono di formare i loro collaboratori.

Venditori si nasce o si diventa? È questa la domanda che da anni non trova una risposta. Per la mia esperienza personale posso dire che indubbiamente esistono dei talenti innati ma, a parità di talenti, ciò che veramente fa la differenza sono i comportamenti, e i comportamenti, come le azioni, si possono apprendere. Quindi la vendita si può apprendere. Per essere venditori di successo, nel settore immobiliare come negli altri settori, occorre avere la capacità, la volontà e l'umiltà di apprendere. I grandi venditori si sono sempre allenati, come i grandi di qualunque altro campo. Un grande campione come Valentino Rossi continua ad allenarsi tutti i giorni esattamente come un'orchestra prova tutti i giorni. Così, allo stesso modo, i grandi venditori si allenano tutti i giorni.

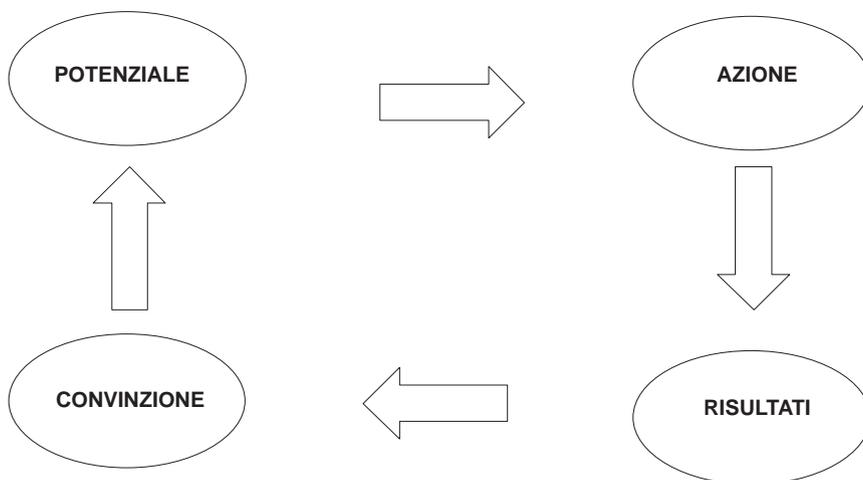
Per riuscire in questo settore ci vuole passione, ti deve piacere. Sono convinto che non è un mestiere che puoi fare senza passione perché la passione ti consente di superare i momenti di difficoltà che, vi assicuro, sono molti. Ma quando c'è la passione non li avverti, non li percepisci come tali anzi, sono sfide eccitanti. Se ami aiutare le persone a fare compravendita di case sei già un pezzo avanti. La prima chiave del successo nella vendita è essere entusiasta del tuo prodotto: tutto il resto può essere imparato, ma se non c'è l'entusiasmo, tutto quello che imparerai suonerà meccanico e falso. Leggendo questo libro hai la possibilità di imparare tutto il resto: comincia a fare modellamento, l'entusiasmo ce lo devi mettere tu. Ovviamente non basta imparare ciò che

le persone di successo fanno, ma occorre anche metterlo in pratica, altrimenti non serve a niente. Quindi, il consiglio, il suggerimento che voglio darvi è: imparate ciò che gli agenti immobiliari di successo fanno, e fatelo!

Chi è il venditore professionale? Abbiamo già detto che un parametro di riferimento è il guadagno: colui che guadagna più degli altri offre probabilmente più servizi ed è probabilmente più padrone nell'utilizzare gli strumenti necessari in questa professione. Evidentemente, se voi, in questo momento della vostra carriera di agenti immobiliari, non guadagnate più degli altri, non siete professionisti allo stesso livello, non offrite la stessa qualità di servizi ai vostri clienti e non siete ancora così abili nell'ascolto, nell'osservazione e nella capacità di linguaggio.

Se non avete passione per questo lavoro, anche per gli aspetti più duri come il fare "zona", e se non vi interessa offrire dei servizi qualitativamente superiori o acquisire competenze e capacità comunicative e relazionali, vi conviene, onestamente, andarvi a cercare un posto da impiegato, perché avreste vita dura in questo settore. Il lavoro da impiegato dà sicurezza, ma significa anche dipendere da un'altra persona che ti dice sempre quello che devi fare, e sapere esattamente cosa farai ogni giorno e quanto guadagnerai per i prossimi trent'anni. In questo settore, invece, quello che guadagni dipende da te. Il bello è che puoi guadagnare tu e contemporaneamente far guadagnare anche ai tuoi clienti, perché tu incamererai le provvigioni e loro venderanno meglio la loro casa grazie a te. I profitti possono essere veramente illimitati. Ho visto, personalmente, agenti immobiliari guadagnare molto. Si dice che la nostra generazione è quella in cui i figli, per la prima volta, guadagnano meno dei padri. Vi assicuro che in questo settore i figli guadagnano più dei padri. Gli stessi padri che all'inizio erano scettici, che magari hanno detto: "Cosa vai a fare tu? L'agente immobiliare?".

Ora però ho riscontrato che molte persone hanno convinzioni limitanti rispetto all'idea di avere successo o di fare soldi. Una convinzione è una sensazione di certezza rispetto a qualcosa: non necessariamente, quindi, è così in assoluto, ma è così per noi. Perché è così importante capire come funzionano le nostre convinzioni? Perché le nostre convinzioni determinano i nostri risultati. Le credenze sono come un filtro tra noi e la realtà, che ci fa vedere il mondo come noi siamo convinti che sia. Abbiamo parlato dell'importanza dell'imitazione di modelli di successo nella professione di agente immobiliare. Il ricalco dell'eccellenza comincia dall'imitazione delle convinzioni di persone che in questa professione hanno il massimo successo. È importante rendersi conto che il potenziale a cui attingiamo e i risultati che otteniamo sono tutti elementi di un processo dinamico che comincia con la convinzione: un processo illustrato dal diagramma riprodotto nella pagina seguente.



Facciamo l'esempio di un agente immobiliare che inizia la sua carriera, in qualità di funzionario acquisitore, e ha qualche convinzione limitante sul poter ottenere un buon risultato. Magari non crede che il servizio che offre la sua agenzia sia valido o utile per il cliente, o è convinto di essere uno scocciatore e crede che la gente non sia disposta ad ascoltarlo o ad utilizzare i servizi che propone. Oppure non crede di essere in grado egli stesso di vendere, non si vede adatto per quell'attività, non crede di essere "portato" per fare il venditore. È difficile trovare un neoacquirente così? Chiedete a qualche titolare di agenzia e vi dirà che la maggior parte, all'inizio, è così. Cosa accade quando affrontiamo una situazione nuova con questo tipo di atteggiamento? Sicuramente non sfruttiamo tutto il nostro potenziale. Probabilmente questo neoacquirente andrà in "zona" e comincerà mentalmente già a ridurre il suo potenziale di persone che possono fornirgli le notizie. Per cui dirà: "No, a questo qui non suono perché è un professionista: non vorrà essere disturbato", e poi: "No, a quest'altro non suono perché magari è un burbero, mi tratta male", ecc. Comincerà quindi a fare una selezione e a ridurre le sue potenziali fonti di notizie. Ovviamente, non credendosi all'altezza del compito, come agirà?". Come suonerà il campanello o il citofono di quelle persone che non ha depennato dalla lista che ha fatto in precedenza? Sicuramente già lo farà in maniera limitativa. Andrà a parlare alle persone convinto di non poter ottenere l'informazione, la notizia, e quindi non con la giusta energia, con la giusta determinazione, non con il giusto entusiasmo. Molto probabilmente, agendo in questo modo otterrà un risultato negativo e appena otterrà