



INTERNET PER IL MERCATO IMMOBILIARE

Un libro, una risorsa, uno spunto per il futuro del comparto

di Lara Pelliccioli

È da poco uscito nelle librerie "Internet per il mercato immobiliare", un volume scritto da Riccardo E. Grassi ed edito da **Franco Angeli** che si pone un proposito interessante: dimostrare come il web possa aiutare gli operatori immobiliari a esprimere il pieno potenziale del loro prodotto e dei loro servizi, relazionandosi in maniera proficua con i clienti e garantendo la qualità e la conoscenza del proprio marchio. Con questa pubblicazione R. Grassi, che vanta un'esperienza trentennale nel campo del marketing per il settore immobiliare, mette a disposizione degli operatori una vera e propria risorsa, indispensabile per comprendere il linguaggio 2.0 e tradurlo in pratiche innovative e competitive per il settore immobiliare.

Internet oltre ad aver generato profondi cambiamenti globali, sia nell'ambito delle comunicazioni sia dei mercati internazionali, ha mutato lo stile di vita (dall'informazione all'intrattenimento al comportamento d'acquisto) delle persone, introducendo nuove modalità di acquisto e di fruizione dei prodotti/servizi.

Uno dei settori maggiormente significativi dell'economia italiana come quello immobiliare non può prescindere da tale constatazione. Anzi, se vuole sopravvivere, vista poi la precaria congiuntu-

RICCARDO E. GRASSI

Riccardo E. Grassi, laurea in Economia con specializzazione in Marketing presso l'Università Cattolica di Milano, si è formato professionalmente presso primarie società del settore immobiliare, tra queste Gabetti e Pirelli R.E. Relatore per l'Associazione Nazionale degli Agenti Immobiliari (F.I.M.A.A.) su temi legati alla comunicazione pubblicitaria, alla pianificazione delle vendite e all'attività di marketing. Relatore in convegni tematici sul marketing del territorio, sul consumo del suolo e sui nuovi concetti dell'abitare, è autore di *Intermediazione e mercato immobiliare* (Hoepli, 2007) e di articoli apparsi su riviste di settore.

RE CENSIRE



INTERNET PER IL MERCATO IMMOBILIARE

ra economica del Paese, deve mantenere un occhio di riguardo a questa 'nuova' realtà, entrata a tutti gli effetti tra le leve del marketing mix.

In seguito all'avvento del digitale, la tradizionale logica della promozione del prodotto immobiliare improntata al "come si è sempre fatto", si deve necessariamente tradurre nella pianificazione strategica delle attività immobiliari per il web. I classici strumenti del marketing mix si devono integrare con il nuovo linguaggio digitale, consentendo agli operatori di ampliare il loro mercato, raggiungendo nuove fasce di pubblico tradizionalmente escluse dalla loro area di azione.

L'autore esplora le diverse potenzialità che internet mette a disposizione del mercato immobiliare e dei suoi protagonisti. Ma, al contempo, conduce un'analisi della clientela potenziale e delle modalità con le quali si muove sul web: le fasce d'età, la propensione all'acquisto, le iniziative per attrarla e i nuovi modi di comunicare, nonché il vantaggio di instaurare con essa una proficua relazione digitale.

In particolare, Grassi suggerisce alcuni ingredienti vincenti per la fidelizzazione dell'utente e per guadagnare una buona credibilità oltre che riconoscimento del marchio (brand awareness), tra questi: un perfetto allineamento tra canale digitale e negozio di vendita, trasparenza e fiducia come elementi determinanti per la reputazione dell'operatore, attrazione del cliente e soddisfazione dei suoi bisogni, sempre più orientati a prodotti qualitativamente di alto livello e ad un prezzo competitivo.

Un libro quindi rivolto agli operatori del settore, dalle agenzie d'intermediazione ai costruttori, dagli immobiliari agli investitori ma anche a studenti di corsi di abilitazione e formazione professionale, che conduce una riflessione sistematica su internet e su come questo strumento stia cambiando le regole del marketing, delle vendite e delle relazioni con il cliente.



INDICE DEI CONTENUTI

- Andrea Ciaramella, Prefazione
- Introduzione
- (Ringraziamenti)
- Il valore di internet per il mercato immobiliare
- Come cambia il rapporto con il cliente del web
- Il web e il nuovo approccio alla ricerca degli immobili
- Il marketing-mix immobiliare sul web
- Relazioni commerciali digitali
- Instaurare fiducia con i clienti tramite il web
- Web marketing immobiliare: strumenti operativi
- Costruire la fedeltà del cliente con il web
- Costruire emozioni: attrarre l'attenzione e farsi ricordare
- Congiuntura di mercato, indicazioni per vendere sul web, i social network
- Riferimenti bibliografici.