


immobiliare.com

Consulenza e informazione di marketing immobiliare

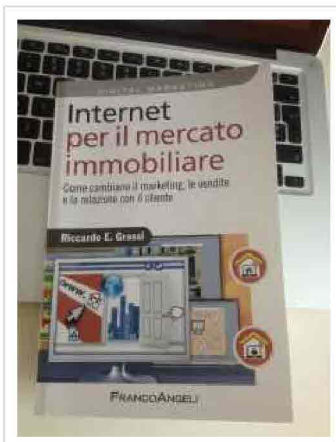
[Home](#) [Chi siamo](#) [Servizi](#) [Mission](#) [Marketing immobiliare](#)

Search this website ...


[Home](#) > [Marketing immobiliare](#) > [Internet per il mercato immobiliare – Il libro](#)

Internet per il mercato immobiliare – Il libro

 2 settembre 2013 | di Antonio Rainò | in [Marketing immobiliare](#) | [Leave a Comment](#)

 Tweet Mi piace 4


I libri di web marketing in genere sono dei manuali che hanno l'obiettivo (o la presunzione) di insegnare ai non addetti ai lavori a usare la rete per il proprio business. Anche in ambito real estate sono stati pubblicati libri di web marketing e nel migliore dei casi, erano per l'appunto manuali che spiegavano argomenti tecnici come il SEO, i social media, le DEM o le landing page, con un approccio da "do-it-yourself".

La lettura di questi materiali è sicuramente positiva e istruttiva ma nasconde un grosso rischio: la superficialità. Innanzi tutto, una persona che normalmente fa il costruttore, l'advisor o anche l'agente immobiliare se si mette a gestire in autonomia una campagna Adwords lo farà peggio di

uno specialista che fa quel lavoro dalla mattina alla sera. Oltre a questo, il rischio di risultare superficiali è anche quello di seguire in modo pedissequo quanto scritto in questi manuali. Per esempio, alcuni "guru" del web marketing invitano all'uso di landing page associate a Adwords, magari facendo vedere che con uno di quei ticket omaggio da 75 euro è stata venduta una casa. Affascinante come argomento ma quanti agenti o venditori di grandi città (mercati molto concorrenziali) stanno buttando soldi in Adwords per avere una visibilità delle loro landing page che costa 20 volte la visibilità che avrebbero grazie ai portali?

I manuali tecnici hanno anche altri rischi. Il primo è l'obsolescenza. Tutto ciò che gira intorno a Internet cambia così velocemente da rendere obsoleto quanto scritto solo sei mesi prima. Un secondo rischio soprattutto per i manuali che si occupano di real estate è l'autorevolezza, intesa come conoscenza da parte dell'autore delle specificità del mercato immobiliare. Per esempio, spesso i consigli di web marketing immobiliare sono incentrati esclusivamente sulla vendita e non sull'acquisizione. Eppure chi lavora nel settore sa quanto questo sia importante.

Accanto ai manuali di web marketing, ogni tanto sugli scaffali appaiono libri che parlano di web marketing ma che non sono assolutamente tecnici. "Internet per il mercato immobiliare" di Riccardo E. Grassi, edito da FrancoAngeli è uno di questi.

E' inutile cercare sul libro di Grassi consigli per aumentare la redemption di una DEM. Oppure un piano editoriale ottimale per una strategia social. E' inutile perché questo libro non si deve occupare di queste cose. Lo scopo del libro è spingere il lettore a farlo ragionare su "come cambiano il marketing, le vendite e la relazione con il cliente". Come recita il sottotitolo in copertina. E il libro ci riesce bene a stimolare un ragionamento.

Il libro di Grassi non ha nessuno dei limiti sopraccitati dei manuali operativi. Innanzi tutto, visto il curriculum dell'autore non si può proprio dire che non sia autorevole. E poi non rischia l'obsolescenza tecnologica, proprio perché non tratta la tecnologia "spicciola".

Teoricamente questo libro si rivolge a tutti gli operatori del settore real estate (agenti, costruttori, sviluppatori). In realtà sono sicuro che sarà apprezzato solo da coloro che hanno voglia di approfondire come la rete stia influenzando il rapporto con la clientela a livello

Resta in contatto



Stiamo cercando imprenditori di successo

393 9505420

SicurEnergy

Attestati di
Prestazione Energetica
a 70 euro in tutta Italia!

roberta@sicurenergy.it

Marketing Immobiliare, il libro


immobiliare.com

Mi piace

immobiliare.com piace a 8.387 persone.



invisibile (psicologico...sociologico...). Non sarà sicuramente apprezzato da coloro che pensano di trovare in un libro la chiave per vendere o per acquisire di più e meglio. Magari con un landing page fatta da sé.

Antonio Rainò per Immobiliare.com

Tagged With: libro, riccardo grassi, web marketing

Articoli simili



I vantaggi dell'inbound marketing per il settore immobiliare



Email marketing: porta davvero guadagno alla mia agenzia immobiliare?



Come valutare l'efficacia delle tue e-mail



Web marketing immobiliare, back home strategy e utenti digitali



Come rendere più efficace un sito immobiliare con Google Analytics

Speak Your Mind

Name *

Email *

Website

Plug-in sociale di Facebook

Immobiliare.com consiglia

Cerchi casa in vendita o in affitto?

