

La professione di agente immobiliare si trasforma (confrontandosi) sui social network

di Francesco Nariello

I social network sono uno strumento sempre più imprescindibile per gli agenti immobiliari. Non solo dal punto di vista professionale - per raggiungere clienti, promuovere servizi, costruirsi una "reputazione" - ma anche per confrontarsi sulla propria attività lavorativa, scambiarsi idee ed opinioni. In poche parole: fare gruppo.

A dimostrarlo è l'evento andato in scena a Roma sabato scorso, occasione d'incontro - nata da un blog e dal successo di una pagina Facebook - che è riuscita a raccogliere la partecipazione di tutti i principali attori del mondo della mediazione immobiliare: dalle associazioni di categoria (come Fiaip, Fimaa, Anama, Air) ai rappresentanti di portali, agenzie, banche.

A spiegare come è nato un fenomeno che, più di ogni altro, mette in luce l'esplosione dei social network tra gli agenti immobiliari è Raffaele Racioppi, formatore e consulente aziendale, con alle spalle importanti collaborazioni con diverse reti immobiliari e di mediazione creditizia, oltre che fondatore del blog dal quale è nato il gruppo Facebook - "Sei un agente immobiliare se...", al quale - oggi - sono iscritte oltre 10.600 persone.

«Il gruppo era nato per scambiarsi esperienze di lavoro e per raccontarsi episodi curiosi della nostra attività - afferma -. Con il tempo, però, si è evoluto: sono nate discussioni intorno alla necessità di cambiare la figura dell'agente immobiliare, sono emerse proposte e discussioni aperte intorno a temi centrali per la professione del futuro, come la condivisione degli incarichi e l'uso delle nuove tecnologie».

Da un post all'altro, insomma, la popolarità è aumentata, «ed è cresciuta la consapevolezza che gli agenti immobiliari devono fare sistema - dice Racioppi -: sono loro infatti a essere in possesso dei dati reali sul mercato immobiliare. Occorrono però nuove regole e modelli innovativi, che è opportuno condividere con tutti, a partire dalle associazioni di categoria». Anche per questo è nata l'idea di una giornata di incontro come quella di Roma, che ha visto una grande partecipazione da parte degli operatori e durante la quale sono emersi i temi caldi per i professionisti.

Tra gli argomenti più gettonati c'è senz'altro quello dello sviluppo e della diffusione di modalità di lavoro incentrate sulla collaborazione tra operatori, ovvero sull'utilizzo degli Mls, i sistemi di *multiple listing service* basati sulla condivisione di annunci e incarichi. «Usare gli Mls - ha detto nel suo intervento Roberto Barbato, presidente di Frimm, gruppo che ha lanciato Mls Replat, il sistema più diffuso in Italia - significa innanzitutto potenziare la propria attività. La condivisione è un acceleratore di compravendite. Ma per sfruttare al massimo le potenzialità degli Mls bisogna capire che sono uno strumento trasversale. Per questo devono lavorarci più operatori possibile, alimentando al massimo il flusso di informazioni presenti. In questo senso i diversi sistemi dovranno anche parlarsi fra loro».

Su questo fronte si sono mosse - e stanno collaborando - anche le sigle di categoria. «Gli agenti - ha ricordato, ad esempio, Paolo Righi, presidente nazionale di Fiaip - dispongono già di uno strumento gratuito che, se vogliono, possono utilizzare. Il nostro portale cercacasa.it è in correlazione, infatti, con il sistema di interscambio immobiliare Mls Fiaip. Sfruttare il multiple listing service diventa inoltre sempre più utile se si considera l'aumento della mobilità delle persone in Italia».

A tenere banco è stato anche il dibattito sui portali immobiliari. E in particolare, tra l'altro, riguardo alla presenza degli annunci dei privati, che possono concludere compravendite senza alcuna intermediazione. Alle domande della platea di agenti immobiliari ha risposto l'ad di immobiliare.it, Marco Giordano, presente all'evento di Roma, sottolineando - tra l'altro - come «escludendo i banner, i ricavi del portale legati agli annunci dei privati non superano il 2% del totale, contro l'87% derivante dagli agenti: l'apertura ai privati, dunque, è connessa al fatto che questi generano traffico sul sito».