

Quali novità e opportunità per gli agenti immobiliari

one negli anni 2002/2003, che non ha avuto il modo operare l'acquisizione, e oggi questi profili il mercato o ligure, ad esempio, abbiamo vissuto un momento, lto più selettivo, ma molto positivo per i modelli più mo anche rivisitato il modello di business, passando ra di rispetto; e abbiamo anche inserito il modello del nsiamo che l'agente immobiliare e il mediatore credi- ssima nel prossimo futuro. Accanto a questo abbiamo fornire servizi di advisory a grandi clienti, a banche e a ostituita il mese scorso una società tra noi e il gruppoolare con Jupiter, per seguire tutta un'attività di NPL. mo di fronte un mercato di sofferenza e noi ci stiamo



Giovanni Elefante
Presidente
FRIMM

“Oggi noi cerchiamo di esorcizzare il periodo non utilizzando mai la parola crisi. Ma è chiaro che questo è solo un po' di sana superstizione e di perse non basta. Per fare questo lavoro oggi e in futuro servono degli strumenti evoluti per essere in linea con il mercato. Il punto cardine per Frimm è quello della consulenza. L'agente immobiliare del futuro deve essere addestrato ad essere un consulente, cioè non più l'agente che propone gli immobili a 100 metri dalla propria agenzia ma avere una vasta gamma di prodotti. E questo introducendo il concetto dell'MLS e la collaborazione tra gli agenti immobiliari. Nel futuro il passo successivo è quello di riuscire a trasferire questo modo di pensare e lavorare da consulente a tutti gli agenti”

Alessandro Pollero
Presidente
FONDOCASA



passando molto peggio di noi, ma è interessante capire solo stanno sopravvivendo, ma addirittura stanno avven- questo genere. L'agente immobiliare è un imprenditore grande capacità di adattarsi velocemente alle condizioni vede alcuni agenti immobiliari che hanno visto ridursi del lle realtà che invece hanno ingranato un'altra marcia. E tecnologie e internet, e la formazione che ne consegue. e anni preferirà ricevere un messaggio tramite Facebook i stiamo muovendo verso una realtà che per comunicare abbracciare le nuove tecnologie. I gruppi in franchising e a su un fattore fondamentale che è la cultura del cliente. e ai nostri interessi personali quelli del cliente, e questo mer di crisi”

Dario Castiglia
Presidente
RE/MAX ITALIA



“Oggi il costo più importante di un'agenzia non è il personale, non è il franchising, non è la struttura. È lo sconto che si applica al cliente. Questa pratica è figlia di un mercato da 850.000 compravendite, è figlia di un mercato di una vendita in una settimana con un cartello su uno stabile, è figlia di un mercato dove tutti gli operatori entravano e andavano tutti bene, perché avevamo raggiunto soglie straordinarie. Il regresso del mercato ha fatto sì che la tendenza dell'agente immobiliare è stata quella di fare grandi sconti ai clienti, e questo ha generato che questi ora si aspettano obbligatoriamente uno sconto. Oggi paradossalmente ci sono molti immobili sul mercato, ma il venditore non paga una provvigione o la paga in maniera molto minore rispetto all'acquirente, che invece è merce rara. E oggi facciamo fatica a sradicare questo comportamento, a fronte di investimenti più importanti per poter vendere una casa. Quando parliamo di cambiamento dobbiamo pensare ad aumentare la professionalità, ma anche a farla pagare diversamente rispetto a oggi, altrimenti è impossibile sostenere i costi degli investimenti dell'agente immobiliare”