



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA

LICOMDAY 2024

BENVENUTI



Ore 10:00 Registrazione
Ore 10:30 START EVENTO

- Luigi Visconti | Immobiliare.it
- Ansano Cecchini | Euroansa spa
- Michael Menchini | Euroansa NPL
- Claudio Bisaro | Agent Pricing

- Samantha Marzullo | Guru Jobs | I.team25
- Gianluigi Sarzano | I.lab25

- Gustavo Gallinacci | Solo Affitti spa
- Gaspare Neglia | Idealista
- Angelo Semerano | Gestim
- Patrick Albertengo | SobeBox

Ore 13:00 FINE EVENTO
Ore 13:30 BUFFET E BRINDISI NATALIZIO

AGENDA LICOMDAY24



GRAZIE AI NOSTRI PARTNER

PARTNER DELL'EVENTO *

Euroan~~ssa~~

immobiliare.it
il N.1 per trovare casa

youdomus

immobiliare.com

AGENTPRICING

SoloAffitti

stampaprint

GIANNI SARZANO

Guru Jobs

LUOOU International

idealista

casa.it

REGOLD

Gestim

Silvia Panizza

corbyweb

RECOM



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA

JACOPO GRIMALDI






L'IMMOBILIARE

CENTRO VENDITE
TORINO
C.SO RE UMBERTO, 50
TEL. 502 514 - 502 542

Ray. Augusto Grimaldi



 **Immobiliare.com**



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



l'immobiliare .com

Dal 1965 il marchio della **Famiglia Grimaldi**





Ray. Augusto Grimaldi

C.80 RE UMBERTO
TEL. 502 514 - 502 515

Famiglia Grimaldi

dal 1965 immobiliare di qualità

Sin dal lontano 1965, la Famiglia Grimaldi è impegnata con le proprie attività nel fornire ai Clienti presenti in tutta Italia un servizio di **intermediazione e**

www.famiglia-grimaldi.it



l'immobiliare **.com**

Dal **1965** il marchio della Famiglia Grimaldi



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



REAL ESTATE FOR COMPANY



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



60^{l'}Immobiliare .COM

Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi





Milano

Sixty Party
25 GIUGNO
ore 21.00

60 **th**



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



Le principali novità 2025

Accordi e Convenzioni

Parte 1



NUOVE SINERGIE E INNOVAZIONE IL 2025 SECONDO...NOI



LUIGI VISCONTI MICHELE CICCOMASCOLO

 immobiliare.it

 Immobiliare.it



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

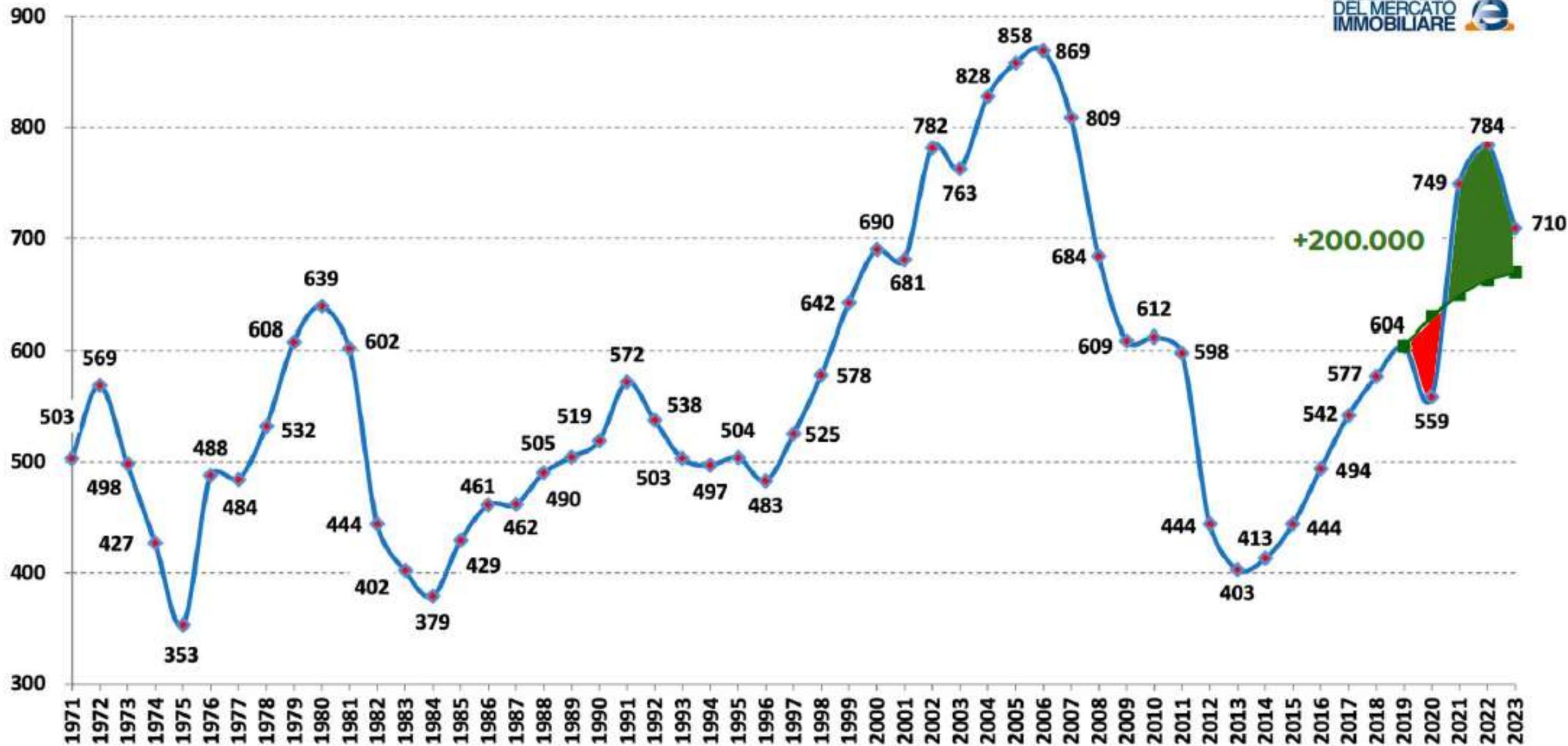
Immobiliare.it per l'Immobiliare.com

Napoli, 5 dicembre 2024

Dove siamo



Compravendite Residenziale ('000)



2022

- **Viverci, non solo dormire**
- **Prezzi ai minimi dal 2000**
- **Mutuo al 1,5%**

	2019	2022	Var.
Acquisto prima casa	330.500	284.000	-14%
Sostituzione prima casa	153.000	345.500	126%
Seconda casa	84.500	119.000	41%
Casa a reddito	37.000	36.500	-1%
	605.000	785.000	30%

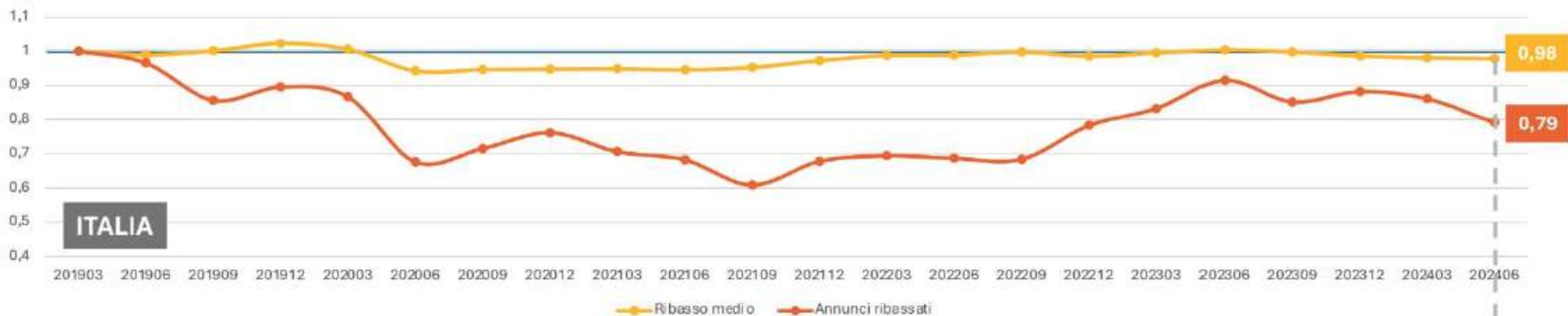
	2019	2022	Var.
Capoluogo	205.000 34%	247.500 32%	21%
Resto provincia	400.000 66%	537.500 68%	35%
Italia	605.000	785.000	30%

	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Anno	vs. anno prec	vs. 2019
2019	138.641	159.792	137.243	168.492	604.168		
2020	117.352	116.303	141.462	183.605	558.722	-8%	
2021	162.419	201.743	172.475	212.740	749.377	34%	24%
2022	181.766	219.082	175.267	208.371	784.486	5%	30%
2023	166.745	184.110	157.024	201.623	709.502	-10%	17%
2024	154.770	186.324				-3%	14%

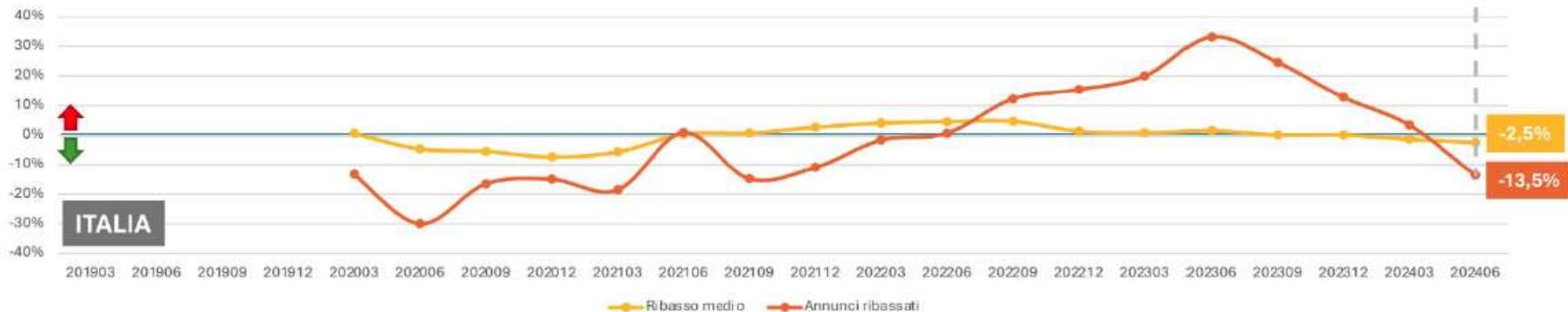
	24 vs 21
Visite Annunci	+17%
Salvataggi annunci	+18%
Contatti specifici	+29%
Telefonate	+6%

- Rallentamento ha ricostituito lo stock di offerta
- Domanda "latente" ritorna con il taglio dei tassi
- Domanda incontra offerta...

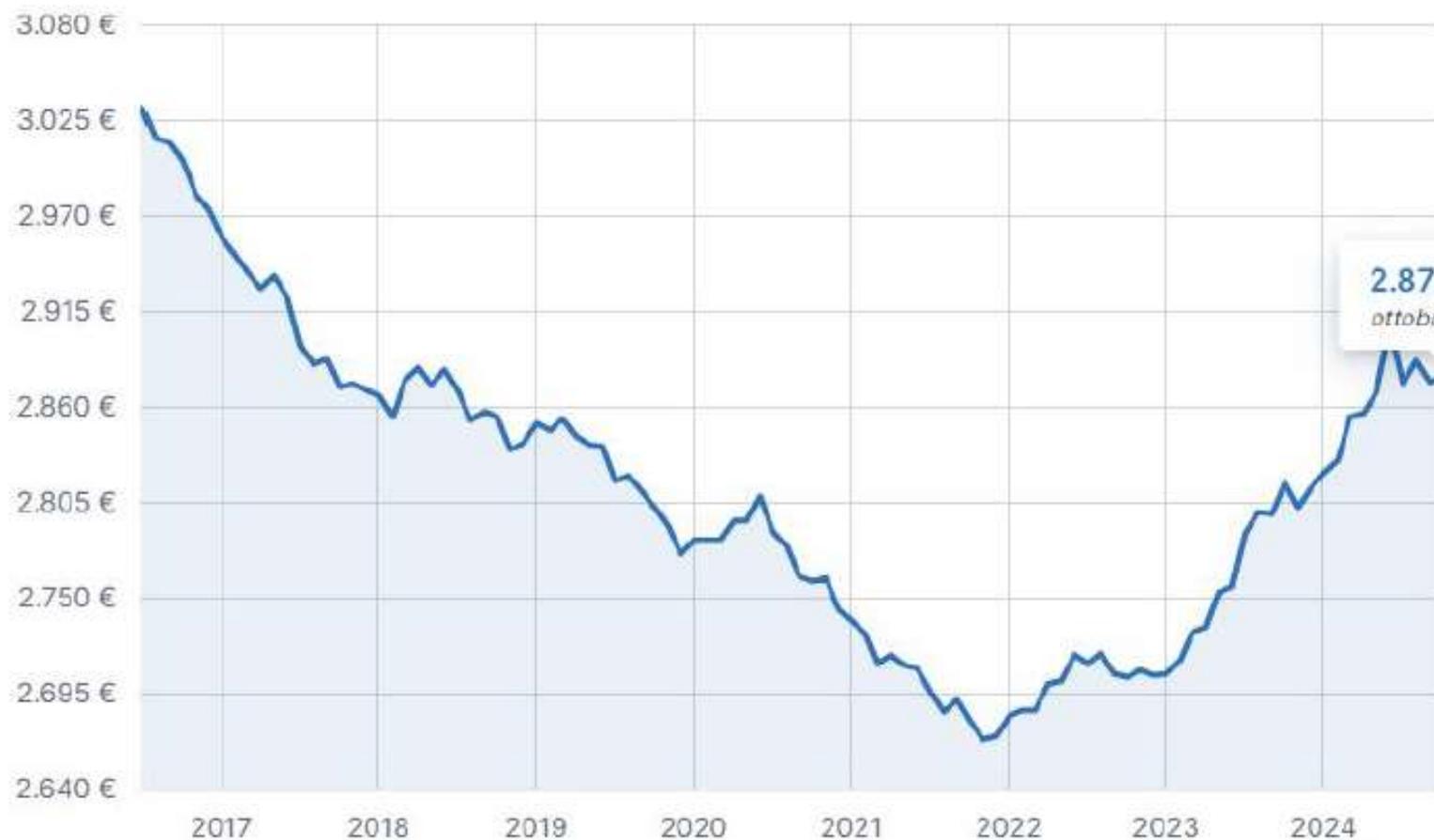
Ribassi sul prezzo di pubblicità Italia - Indice Base 1 al Q1-2019



Ribassi sul prezzo di pubblicità Italia - Variazioni Percentuali YoY



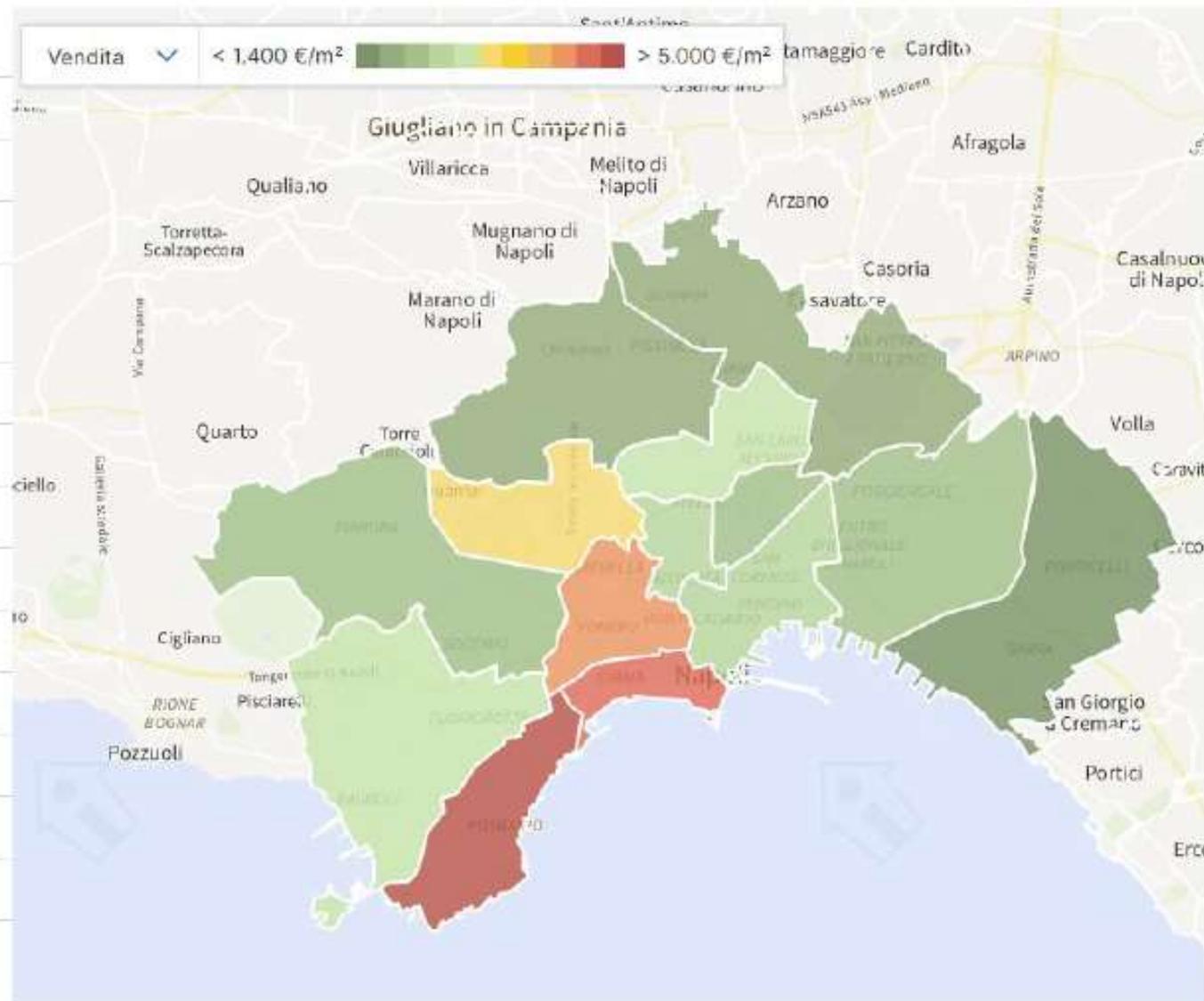
€ Prezzo medio vendita (€/m²)



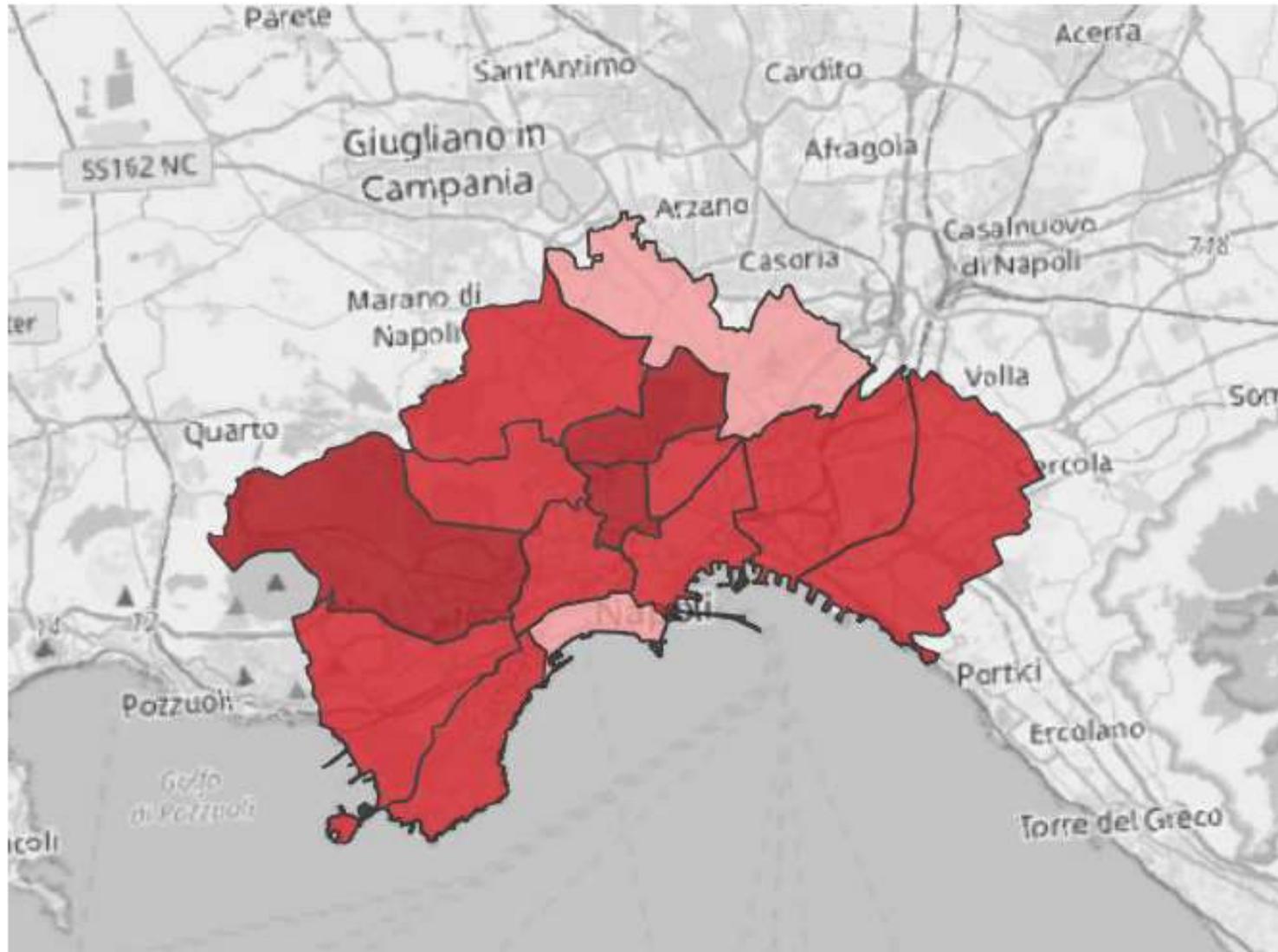
COMUNE DI NAPOLI



Zone	Vendita(€/m ²)
Posillipo, Marechiaro	5.110
Centro	2.497
Materdei, Museo	2.550
Zona Industriale, Centro Direzionale, Poggioreale	1.867
Vomero, Arenella	4.239
Barra, Ponticelli, San Giovanni a Teduccio	1.403
Scampia, Secondigliano, Capodichino	1.473
Chiaiano, Piscinola	1.559
Pianura, Soccavo, Traiano	1.956
Fuorigrotta, Bagnoli	2.702
Rione Alto, Camaldoli	3.113
Chiaia, Mergellina	4.647
San Carlo All'Arena, Sanità	1.913
Colli Aminei, Capodimonte, Ponti Rossi	2.846



Di nuovo... ne abbiamo?



% Immobili Nuovi

- < 1%
- 1% - 3%
- 3% - 5%
- > 5%

In Europa gli edifici sono responsabili del **40% del consumo energetico** e del **36% delle emissioni di gas serra**



Immobili per classe energetica

Classe	Edifici		Alloggi
A	678.000	5%	2.041.000
B	288.000	2%	811.000
C	523.000	4%	1.481.000
D	1.269.000	10%	3.597.000
E	2.119.000	17%	5.960.000
F	3.158.000	25%	8.922.000
G	4.465.000	36%	12.590.000
	12.500.000		35.402.000

Dicembre 23 - Direttiva Comunitaria



Ogni Stato membro deve:

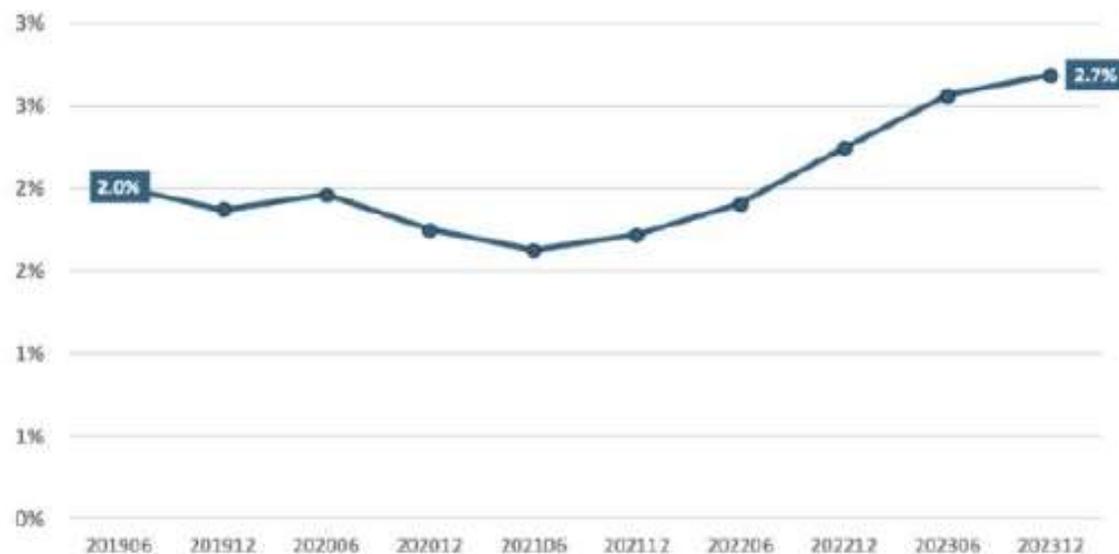
- ridurre del 16% i consumi delle case entro il 2030
- e del 22% entro il 2035

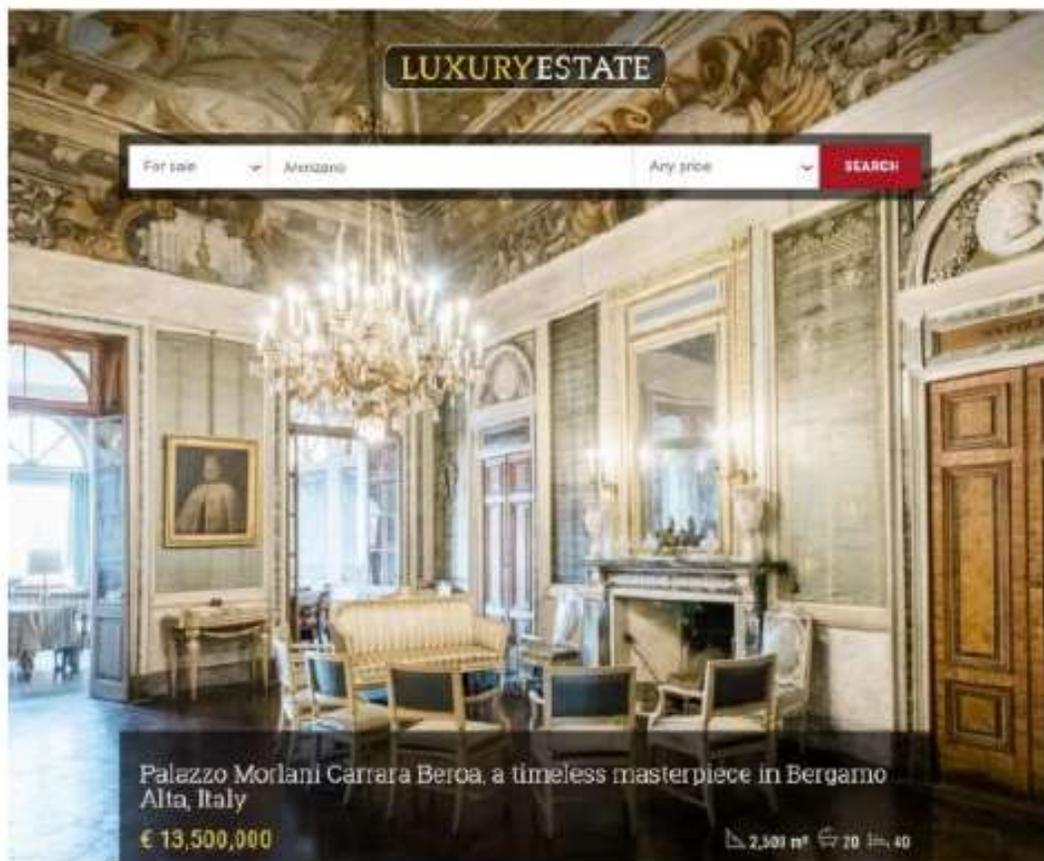
	Bassi costi di manutenzione/gestione	<div style="width: 80%;"></div>	↑ 80%
	Luminosità e piano alto	<div style="width: 77%;"></div>	↑ 77%
	Sicurezza della zona	<div style="width: 75%;"></div>	75%
	Spazi per l'abitare	<div style="width: 69%;"></div>	↑ 69%
	Tecnologia della costruzione	<div style="width: 63%;"></div>	↑ 63%
	Spazi all'aperto	<div style="width: 53%;"></div>	↑ 53%
	Servizi della zona	<div style="width: 44%;"></div>	44%
	Sostenibilità	<div style="width: 38%;"></div>	38%
	Garage	<div style="width: 36%;"></div>	36%



	Totale	di Lusso		Alta Gamma	
Abitazioni	34.000.000	900.000	2,6%	250.000	0,7%
Valore ('mld)	5.200 €	650 €	12,5%	380 €	7,3%
Unitario ('000)	153 €	730 €	4 volte	1.520 €	10 volte

Offerta - % annunci immobili di Lusso su totale





Analisi Visitatori su immobili in Italia

Country	% of traffic
United States	14%
France	13%
Germany	12%
Italy	10%
Spain	10%
Switzerland + Austria	8%
United Kingdom	7%
Russia	4%
Canada	3%

Indice 100: Dicembre 2019



- Mercato immobiliare
- Comunicato Stampa



Un'alleanza strategica per rivoluzionare il mercato immobiliare italiano

Immobiliare.it, il portale immobiliare numero 1 in Italia e **L'Immobiliare.com**, Marchio Storico della Famiglia Grimaldi dal 1965, annunciano oggi la rinnovata e strategica collaborazione.

Questa partnership mira a potenziare l'offerta di servizi e a migliorare l'esperienza degli utenti nel settore immobiliare, dando nuova linfa alle agenzie immobiliari aderenti al circuito immobiliare de L'Immobiliare.com

L'unione delle forze tra Immobiliare.it e L'Immobiliare.com rappresenta un passo significativo verso l'innovazione e la digitalizzazione del mercato. Grazie a questa collaborazione, le agenzie immobiliari del Network e i professionisti del settore avranno accesso a strumenti avanzati e a una visibilità senza precedenti, facilitando così la compravendita e l'affitto di immobili.

Commento di Luigi Visconti, Team Leader Gruppi di Immobiliare.it: "Siamo felici di rinnovare la storica collaborazione anche per questo nuovo anno con tutte le agenzie de l'Immobiliare.com"

Dichiarazione del COO di L'immobiliare.com Alessandro Masiero: "Siamo entusiasti di unire le nostre competenze con il portale Immobiliare.it. Questa partnership ci permette di offrire alle nostre agenzie un servizio ancora più completo e di alta qualità, rispondendo così alle esigenze di un mercato in continua evoluzione."

Un'alleanza strategica per rivoluzionare il mercato immobiliare italiano

Immobiliare.it e L'Immobiliare.com stanno già lavorando a iniziative congiunte, tra cui eventi formativi, campagne di marketing innovative e l'integrazione di tecnologie all'avanguardia per ottimizzare la ricerca e la gestione degli immobili.

Questa alleanza rappresenta un importante passo avanti per il settore immobiliare italiano, promuovendo l'innovazione e il miglioramento continuo dei servizi offerti agli utenti.





Luigi Visconti

luigi.visconti@immobiliare.it

Michele Ciccomascolo

michele.ciccomascolo@immobiliare.it



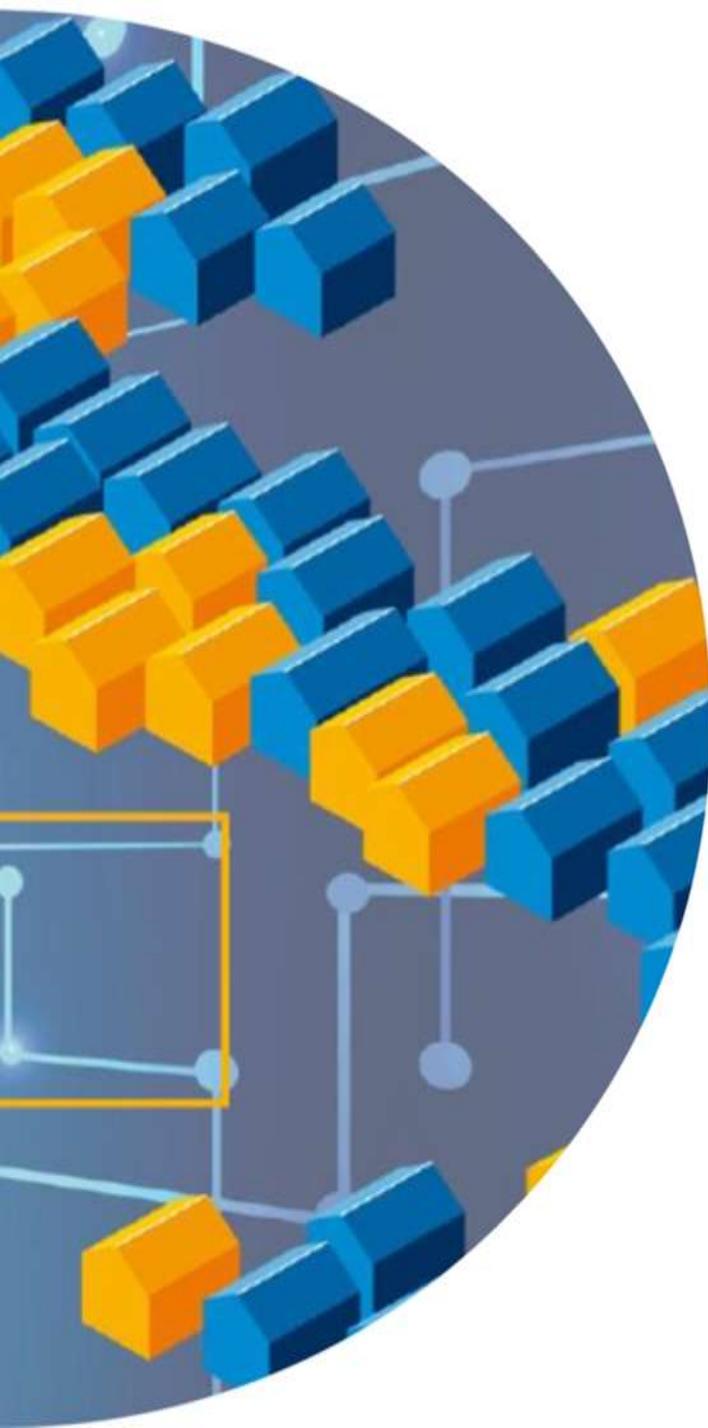
Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



LE MOTIVAZIONI A FONDAMENTO DEL PROPRIO LAVORO

LA PASSIONE AL CENTRO DEL LAVORO

Senso di Realizzazione Personale:

- Espressione delle proprie competenze e valori
- Crescita professionale e personale attraverso sfide

Passione per l'Argomento o il Settore:

- Interesse autentico e coinvolgimento profondo
- Desiderio di contribuire al progresso e all'innovazione

Impatto Positivo sugli Altri:

- Soddisfazione nel migliorare la vita delle persone o della società
- Creare valore attraverso il proprio lavoro

GLI OBIETTIVI CHE SPINGONO ALL'AZIONE

Riconoscimento Professionale:

- Apprezzamento da parte dei colleghi o dell'azienda
- Opportunità di avanzamento di carriera

Stabilità Economica:

- Sicurezza finanziaria come base per la serenità
- Investimento nel futuro

Connessione con il Team e la Comunità:

- Lavorare in un ambiente collaborativo e stimolante
- Costruire relazioni e senso di appartenenza



ANSANO CECCHINI

Euroan*ssa*[®]
Società di Mediazione Creditizia SPA



MICHAEL MENCHINI
DAVIDE AQUAFRESCA
ALBERTO CASAPPA

Euroan*ssa*[®]
Società di Mediazione Creditizia SPA



INVESTITORENPL.IT

La prima piattaforma per gli investimenti NPL



INVESTIRE IN NPL

Cosa sono gli NPL o crediti deteriorati?

I Non-Performing Loans (NPL), o crediti deteriorati, sono obbligazioni che il debitore non è riuscito a ripagare, come ad esempio un mutuo o anche un prestito.

Molti di questi crediti sono garantiti da un'ipoteca su un immobile, il che li rende particolarmente interessanti per gli agenti immobiliari che vogliono proporre soluzioni alternative ai propri clienti.

Opportunità offerta dalla piattaforma

Avendo accesso alla piattaforma InvestitoreNPL, ogni agente immobiliare de l'Immobiliare.com avrà la possibilità di presentare ai propri clienti nuove opportunità di investimento ottenendo un interessante vantaggio sugli acquisti in asta.

The screenshot displays the user interface of the InvestitoreNPL platform. At the top, the header includes the CloudImmobil NPL logo, a menu icon, a 'Crea Nuovo' button, a search icon, the Italian flag, and the user profile 'Davide Acquafresca'. The left sidebar, titled 'NAVIGAZIONE', lists various navigation options: Dashboard, Agenzie, Utenti, Piani, Immobili (selected), Catalogo, Trattative Riservate, Crediti Chirografari, and Categorie. The main content area is titled 'Immobili (1727)' and features a search and filter section with a search bar, a search icon, and filters for 'Ordina per' (set to 'Dal più recente'), 'Zona' (set to 'Tutte'), 'Categoria', and 'Stato' (set to 'Tutte'). A red button labeled 'Nuovo Immobile' is positioned below the filters. The main area displays a grid of three property images: a residential building, a modern skyscraper, and another residential building.

I Vantaggi dell'investire sugli NPL

1

Possibilità di anticipare le aste immobiliari

2

Operazioni diverse a seconda della fase del credito

3

ROI interessante rispetto ad altri tipi di investimento

4

Combinare le operazioni immobiliari con quelle creditizie

PIÙ DI 5000 CREDITI

I gruppi regione disponibili sulla piattaforma

Gruppo Regione 1

Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania,
Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia

Gruppo Regione 2

Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise,
Piemonte, Puglia

Gruppo Regione 3

Sardegna, Sicilia, Toscana, Trentino Alto Adige,
Umbria, Val d'Aosta, Veneto





Scannerizza il
codice QR

Visita il nostro sito
www.investitorenpl.it



**Grazie per la
visione**



CLAUDIO BISARO

AGENTPRICING



AGENTPRICING

Claudio Bisaro - CEO AgentPricing



PILASTRI DELLA PROFESSIONE DI AGENTE IMMOBILIARE



Conoscenza



Professionalità



Etica



PILASTRI DELLA PROFESSIONE DI AGENTE IMMOBILIARE



Conoscenza



Professionalità



Etica



Relazioni



Fiducia



FIDUCIA

come guadagnarcela?



Ottenere un contatto venditore
è *difficile*.
Trasformare il contatto in incarico
è *fondamentale*.

Sì, ma come?

AGENTPRICING



PRINCIPALI OBIEZIONI DEI CLIENTI



L'altra agenzia me la valuta di più...

PRINCIPALI OBIEZIONI DEI CLIENTI



L'altra agenzia me la valuta di più...



Secondo me, casa mia vale molto di più...

PRINCIPALI OBIEZIONI DEI CLIENTI



L'altra agenzia me la valuta di più...



Secondo me, casa mia vale molto di più...



Mi fido di più del mio amico "esperto" che mi ha detto che vale almeno....

PRINCIPALI OBIEZIONI DEI CLIENTI



L'altra agenzia me la valuta di più...



Secondo me, casa mia vale molto di più...



Mi fido di più del mio amico "esperto" che mi ha detto che vale almeno....



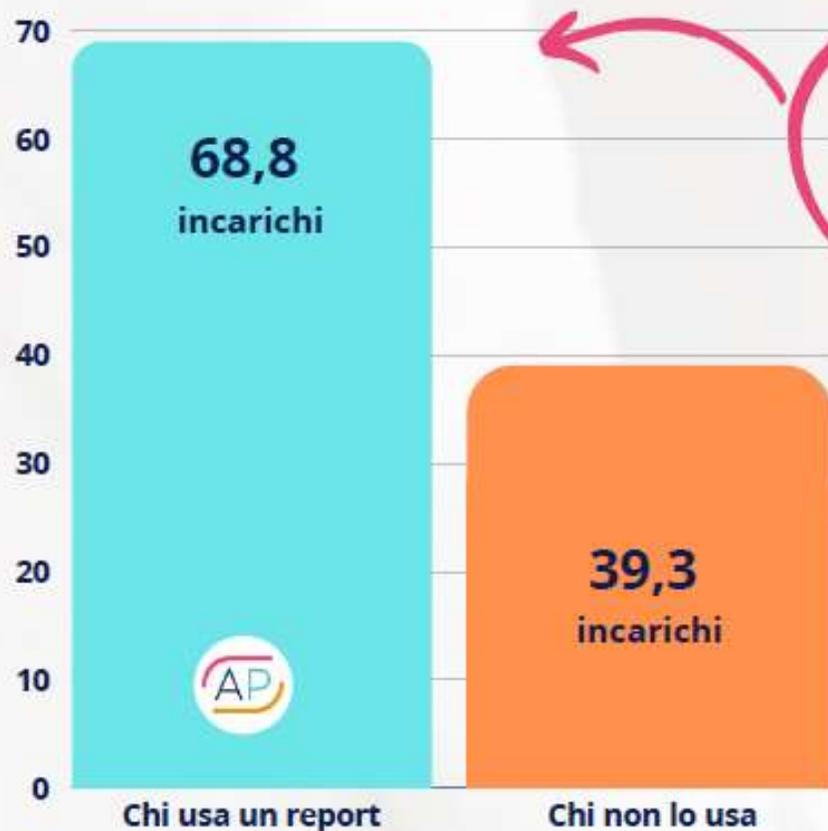
Aspettiamo l'amatore...

A man and a woman are shown in a meeting. The man, on the right, is smiling and looking at the woman. The woman, on the left, is also smiling and looking at the man. They are both dressed in business casual attire. The background is a blurred office setting.

**E se ci fosse un modo
per superare le obiezioni dei clienti...
...riusciresti ad acquisire di più?**

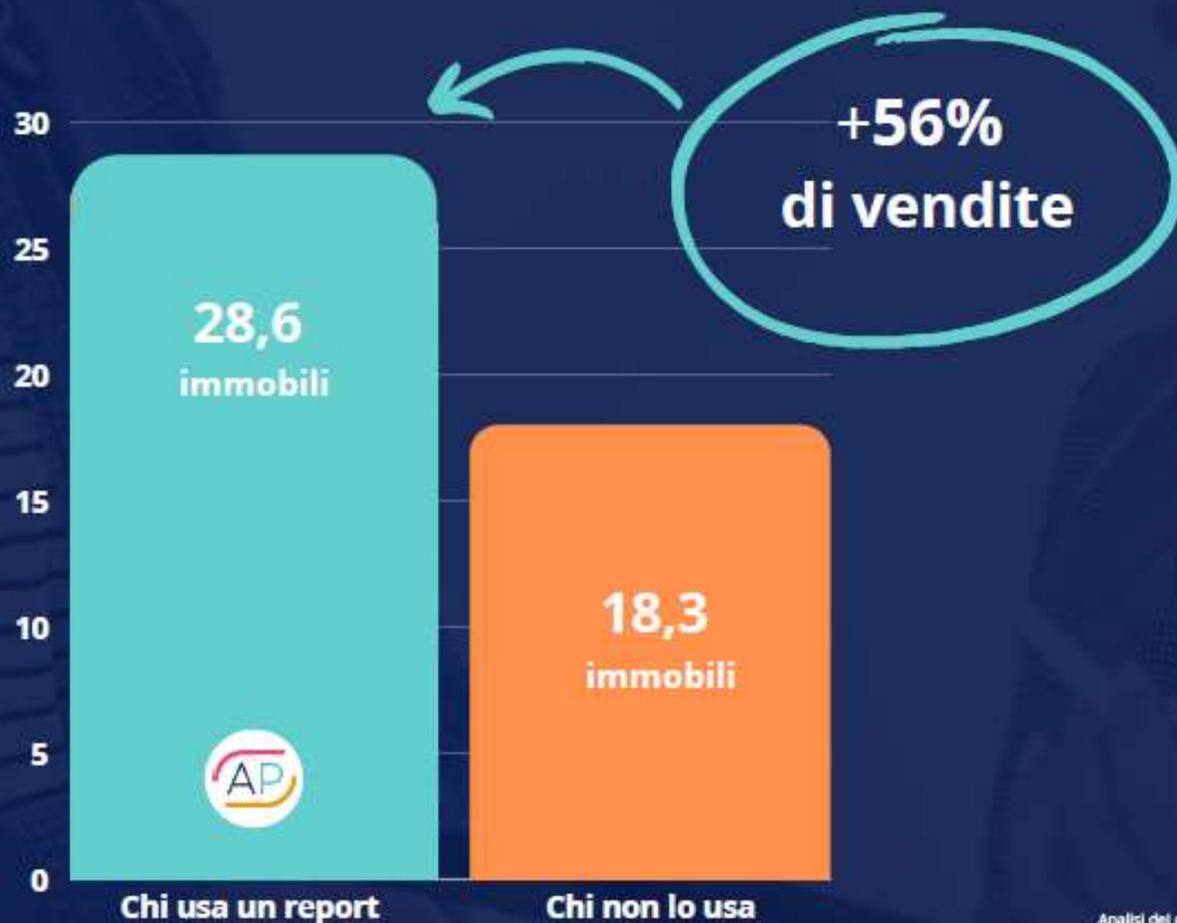


CHI OTTIENE PIÙ INCARICHI IN UN ANNO?



+ 75%
di incarichi
acquisiti

CHI VENDE PIÙ IMMOBILI IN UN ANNO?



CHI IMPIEGA MENO TEMPO A VENDERE?

CHI USA
UN REPORT

CHI
NON LO USA

161
giorni

197
giorni

vende il 18%
più veloce!

**Non basta dire:
"Si fidi di me!"**

**Crea il rapporto di
fiducia con la forza
dei dati!**



Immobili concorrenti

Le immobili concorrenti presenti la vendita è il primo passo per una corretta valutazione del prezzo. [Info](#)



SCHEDA IMMOBILE



SCHEDA IMMOBILE

Principe, Genova

Indice di attività 97%

Corso Dogali, Principe, Genova

Indice di attività 95%

Appartamento - 380.000 €
Distanza dal tuo immobile: 0,28 km

4 locali	4 locali
123 mq	110 mq
4	1
Condizioni	Pari al Nuovo
Giorni sul mercato	65
Prezzo al m ²	3.455 €/m ²

MOSTRA QUANTO È COMPETITIVO IL MERCATO

Ci sono molti immobili simili con cui confrontarsi e che i clienti potrebbero scegliere prima

giorni sul mercato: sapendo da quanto gli immobili sono sul mercato potrai valutare se un prezzo è competitivo

prezzo medio al m²: valuta la media di zona



Venduto



Via Rasnala, 10 - GENOVA

Appartamento	Appartamento
109 mq	109 mq
/	/
/	/
/	/
06-2023	01-2024
/	/
/	/
210.000€	191.000€
1.922 €/m²	1.367 €/m²

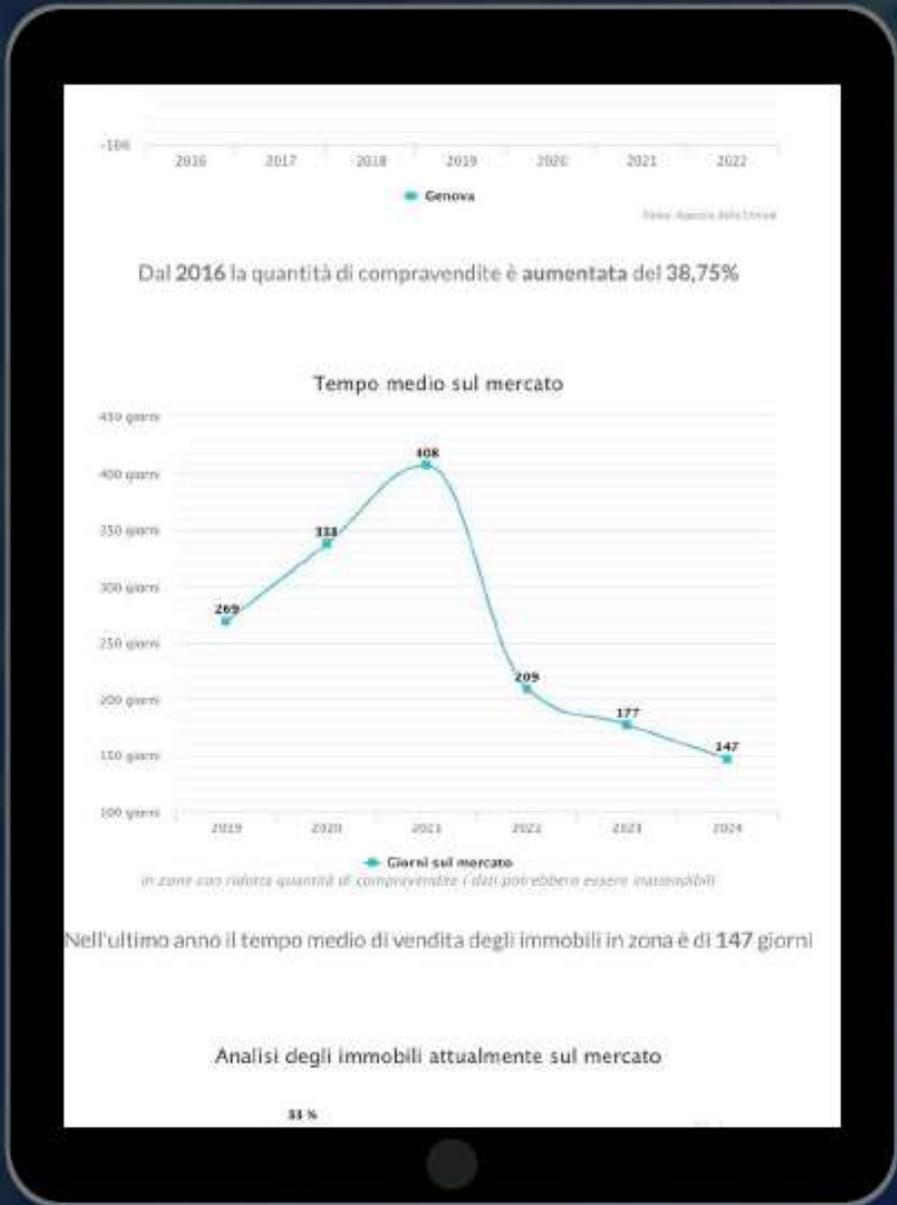
RIDIMENSIONA LE ASPETTATIVE DEL TUO CLIENTE SUL PREZZO DI VENDITA

Dimostra di conoscere perfettamente il mercato, di sapere, addirittura, quali case sono state vendute ed a che prezzo.



*“Vorrei vendere in un mese
e ad un prezzo alto!”*





“Vorrei vendere in un mese e ad un prezzo alto!”

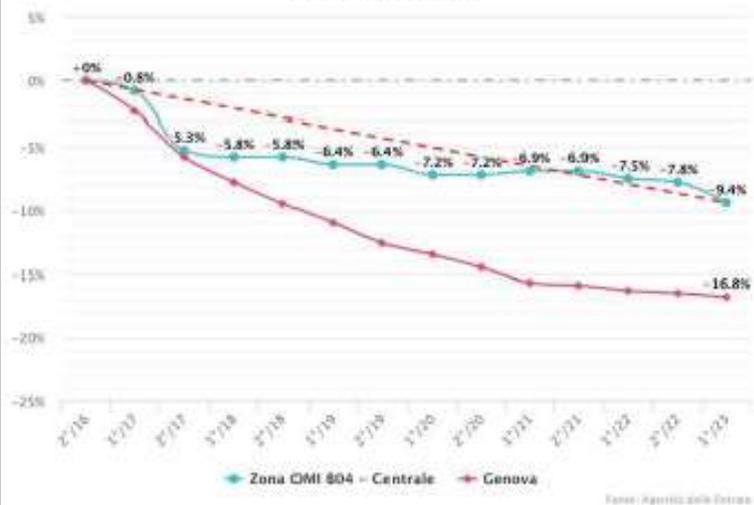
ridimensiona le aspettative del tuo cliente sul tempo di vendita.



*“Quando l’ho comprata
costava molto di più!”*



Variazione dei prezzi di vendita al mq nella zona e nel comune per ogni semestre



Dal 2016 ad oggi il prezzo degli immobili in zona è diminuito del -9,4%

Quantità di compravendite NTN Zona 804 - Centrale

100

94

*“Quando l’ho comprata
valeva molto di più!”*

**Mostra al tuo cliente come
variano i prezzi nel tempo.**

I BENEFICI DELL'USARE REPORT DI VALUTAZIONE:



risparmi **tempo** e effettui **valutazioni oggettive**;



trasmetti **maggiore professionalità** ai tuoi clienti e **ottieni più incarichi** in fase di acquisizione;



trasmetti **fiducia** e rendi il tuo cliente soddisfatto e più propenso a farti delle **buone referenze**.

**OTTIENI PIÙ INCARICHI,
VENDI DI PIÙ ED IN MENO TEMPO!**



Ci siamo!

**Ora che hai ottenuto l'incarico
non ti resta che **mantenere**
la fiducia del tuo cliente fino
alla **vendita del suo immobile****



Lo hai fatto "innamorare" di te e poi....
tra mille cose da fare e tutti gli
appuntamenti
è facile rimanere in contatto con lui?

AGENTPRICING



PRINCIPALI CRITICHE DEI CLIENTI DURANTE L'INCARICO



Non si fa mai sentire...



PRINCIPALI CRITICHE DEI CLIENTI DURANTE L'INCARICO



Non si fa mai sentire...



**Ha fatto diverse visite e non è arrivata
alcuna proposta, come mai?**



PRINCIPALI CRITICHE DEI CLIENTI DURANTE L'INCARICO



Non si fa mai sentire...



Ha fatto diverse visite e non è arrivata alcuna proposta, come mai?



Vorrei sapere cosa non piace della mia casa...

PRINCIPALI CRITICHE DEI CLIENTI DURANTE L'INCARICO



Non si fa mai sentire...



Ha fatto diverse visite e non è arrivata alcuna proposta, come mai?



Vorrei sapere cosa non piace della mia casa...



Non voglio abbassare il prezzo, sta mostrando la casa alle persone sbagliate...

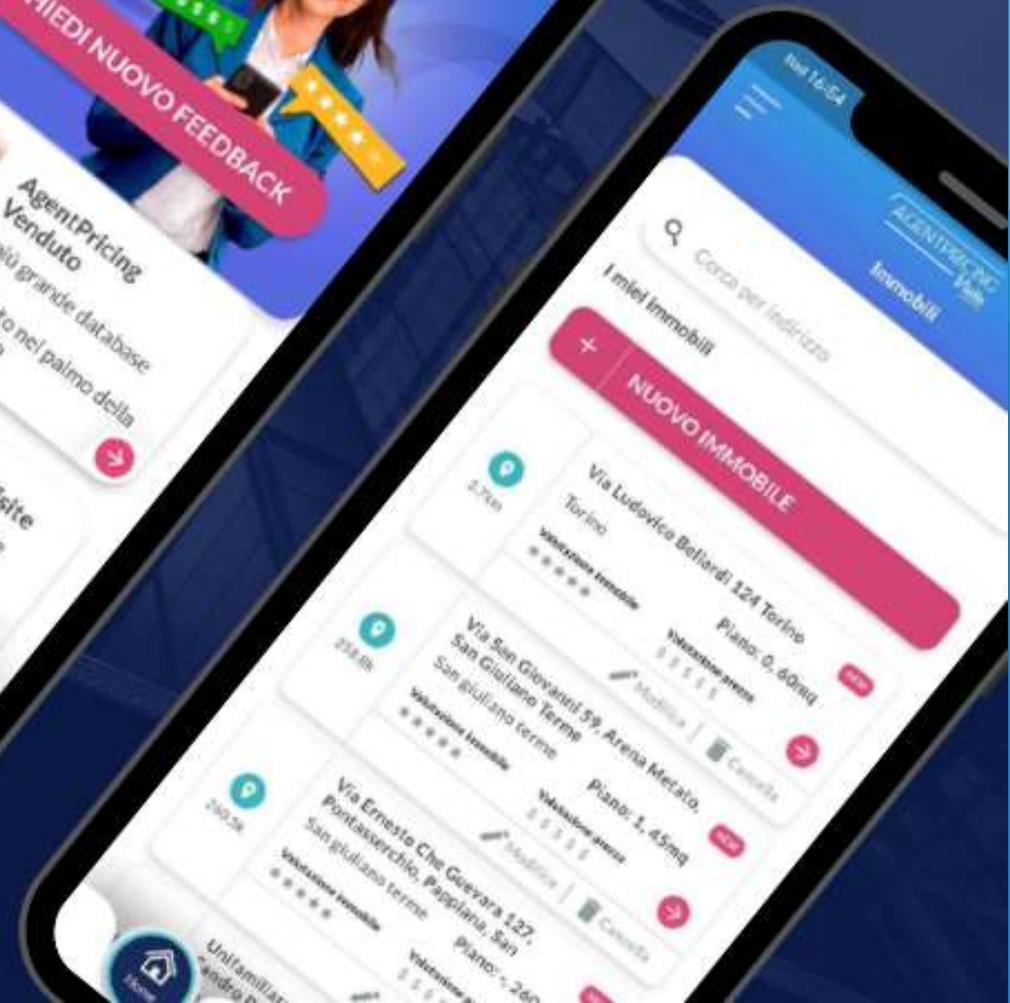
Proprio per questo, abbiamo sviluppato la **nuova funzione Visite** che ti permetterà di **rispondere a tutte queste critiche** e mantenere la fiducia del tuo cliente.

AGENTPRICING



App AgentPricing nuova funzione *Visite*

Con la nuova funzione *Visite* dell'App AgentPricing vivacizzi il rapporto con il tuo cliente condividendo periodicamente i feedback dei visitatori.



Perché ti è utile la nuova **funzione *Visite*** dell'App AgentPricing:

Consolida il rapporto di fiducia
con il tuo cliente, aggiornandolo
periodicamente sull'**andamento**
delle visite.

Hai a disposizione un valido strumento
per **proporre migliorie all'immobile**
e **consigliare un ribasso del prezzo**
di vendita.



Scansiona il *QR Code*
e registrati: avrai la possibilità
di **provarla gratuitamente!**



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



RE COM

REAL ESTATE FOR COMPANY



FOUNDER, ASSOCIATE E CONSULTANT



Massimiliano
Canale (Pescara)



Maurizio Scuderi
(Palermo)



Massimiliano DInoi
(Trieste)



Maurizio Orlandi
(Bergamo)



Stefano Colzani
(Milano)

LISTINO OPPORTUNITA'



With Compliments of Re4Com



PORTFOLIO



REAL ESTATE FOR COMPANY



EVENTI E MARKETING



Portafogli
Patrimoni Immobiliari
Sviluppo Immobiliare
Lusso ed Estero
Re4Com | Real Estate for Company


il N.1 per vendere e comprare

14 NOVEMBRE 2024



PROPOSTE DI INVESTIMENTO IMMOBILIARE A REDDITO

RE4Com - Real Estate for Company è il marchio specializzato in servizi "Corporate" che fa capo alla famiglia Grimaldi.

Siamo un partner affidabile per lo **sviluppo immobiliare** nei diversi **segmenti** e nelle diverse **fasi operative**: dall'individuazione dell'**area/immobile**, passando per il **processo produttivo** o di **trasformazione** sino alle diverse fasi di **alienazione** o individuazione dei **tenant**.



ANALISI E TREND
DEL MERCATO
IMMOBILIARE

MILANO
26.06.24
WJC CENTER
WWW.WJC.IT

CREATED BY: DEBORAH CORBINATI WWW.CORBYWEB.IT



FOCUS IMMOBILIARE

ANALISI E TREND DEL MERCATO IMMOBILIARE LUXURY E CORPORATE



SCENARI IMMOBILIARI®

ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI RICERCHE VALUTAZIONI E SISTEMI INFORMATIVI

FORUM SCENARI

created by SCENARI IMMOBILIARI



FORMAZIONE E WORKSHOP



SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

IX EDIZIONE



CONSORZIO CISE del
Politecnico di Milano

REC Real
Estate
Center

CORSO DI
AGGIORNAMENTO

VALUTAZIONE IMMOBILIARE
Metodi, tecniche e strumenti
professionali

**RE 4
COM**
REAL ESTATE FOR COMPANY

INIZIATIVE IMMOBILIARI RESIDENZIALI



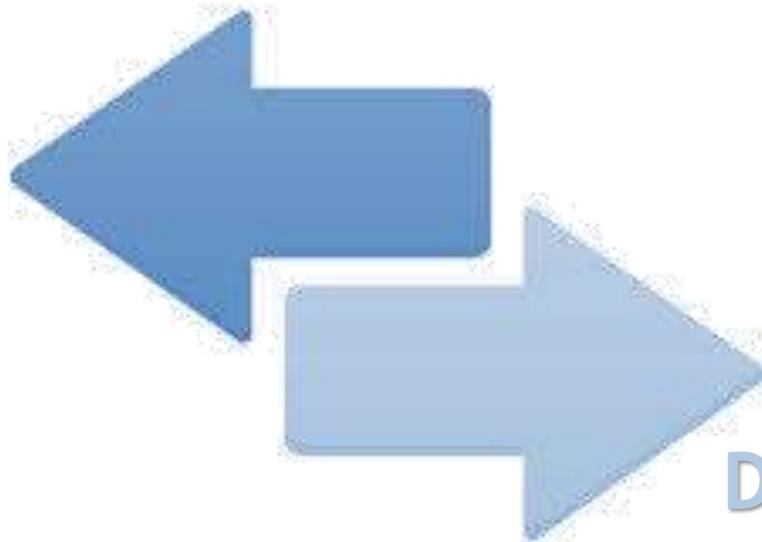
Massimiliano Canale



Giovanni Lugli

COLLABORAZIONE CON IL NETWORK

OPPORTUNITA'
DA SEGNALARE



RICHIESTE
DA SODDISFARE



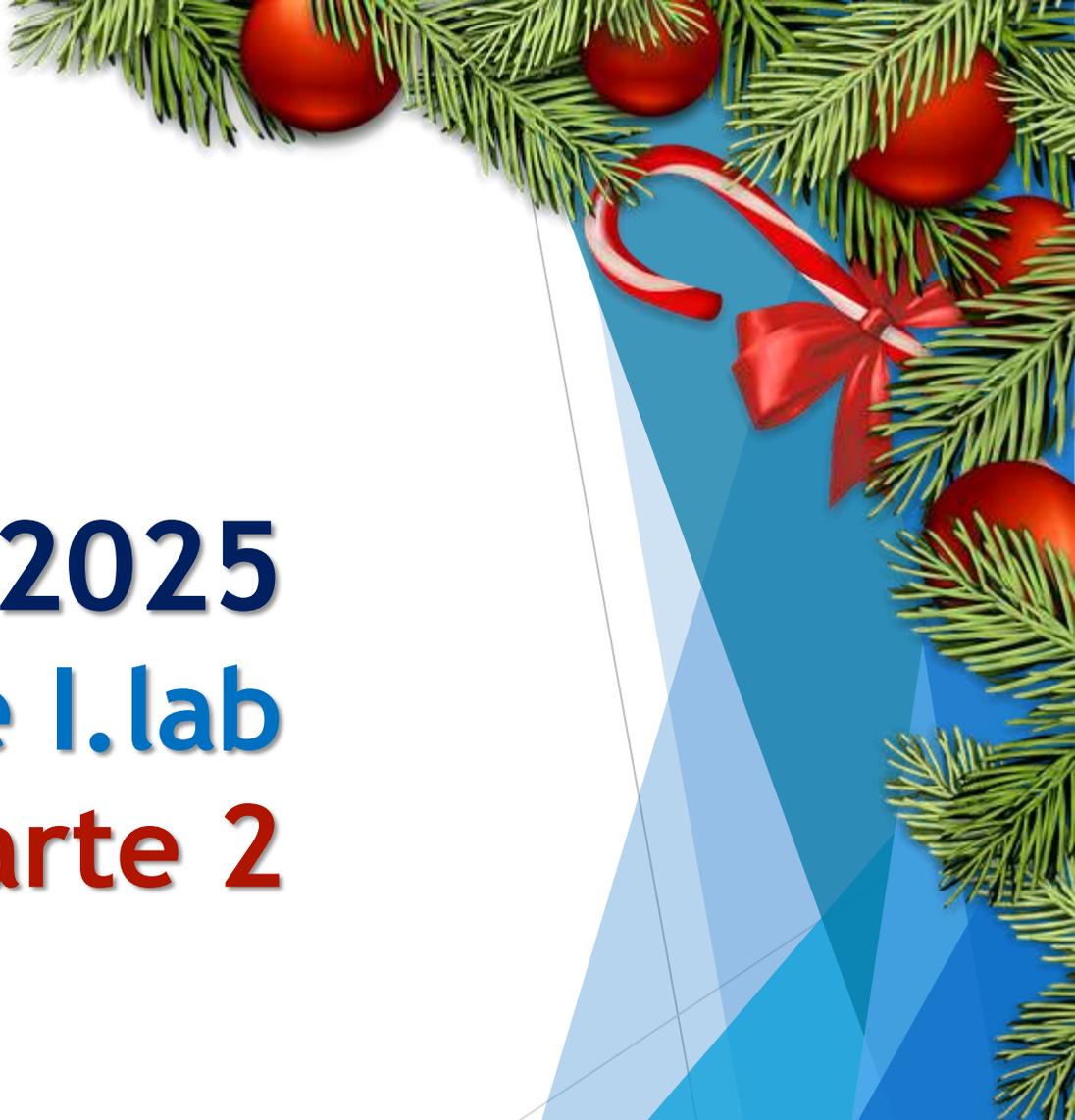
Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



Le principali novità 2025

I.team e I.lab

Parte 2

DUE NUOVI SERVIZI ESCLUSIVI DEDICATI
AL POTENZIAMENTO DEL VOSTRO TEAM E
AL MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE

- A) RICERCA E SELEZIONE
- B) FORMAZIONE



Ricerca
Selezione
Sviluppo
L'immobiliare.com

UN'ESCLUSIVA TARGATA L'IMMOBILIARE.COM

PEOPLE RESEARCH

People Research è un Pacchetto di Servizi® per la ricerca o la selezione del personale - contenuto nell'Hub di Servizi ITEAM - a disposizione delle agenzie L'immobiliare.com che hanno necessità di ricercare nuove risorse umane per rafforzare il proprio gruppo di lavoro.





Ricerca
Selezione
Sviluppo
L'immobiliare.com



SAMANTHA MARZULLO



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



REAL ESTATE FOR COMPANY



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



IL 1° PILASTRO DELL'IMMOBILIARE:

LE PERSONE

Prepared by **Samantha Marzullo**



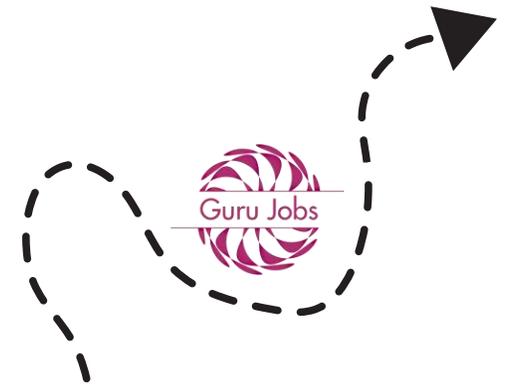
CEO GURU JOBS

10.106 SELEZIONI DA
SETTEMBRE 2020 AD OGGI

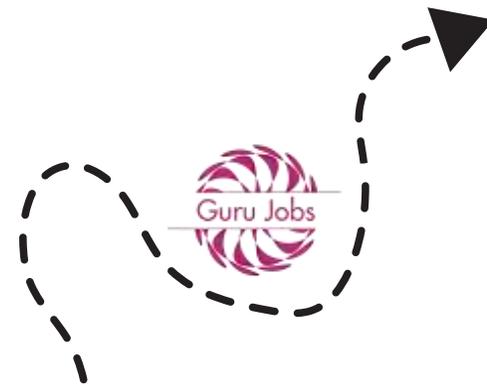
32.386 PERSONE INSERITE



**TI È MAI CAPITATO DI NON
RIUSCIRE A TROVARE LA
CHIAVE GIUSTA PER FAR
ESPANDERE
LA TUA AGENZIA?**



**LA SELEZIONE DEL
PERSONALE
È UNA STRATEGIA PER
L'ESPANSIONE DELLA TUA
AGENZIA !**





SOGNO

**LA TUA
AGENZIA** 



AZIENDA



PERSONE

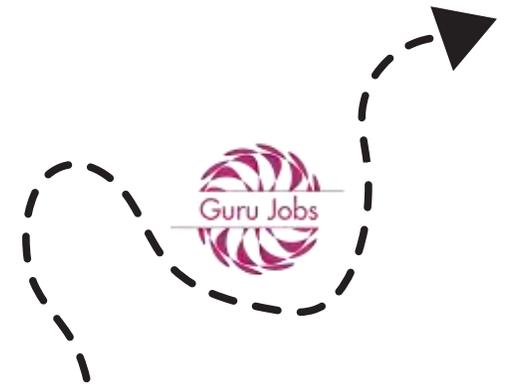


**GAME
OVER**

ESPANSIONE



**LA SELEZIONE È SEMPRE
PRIMA CHI POI CHE COSA**





COLLABORATORE

È SOCIO

È CLIENTE INTERNO

È RICCHEZZA UMANA E FINANZIARIA

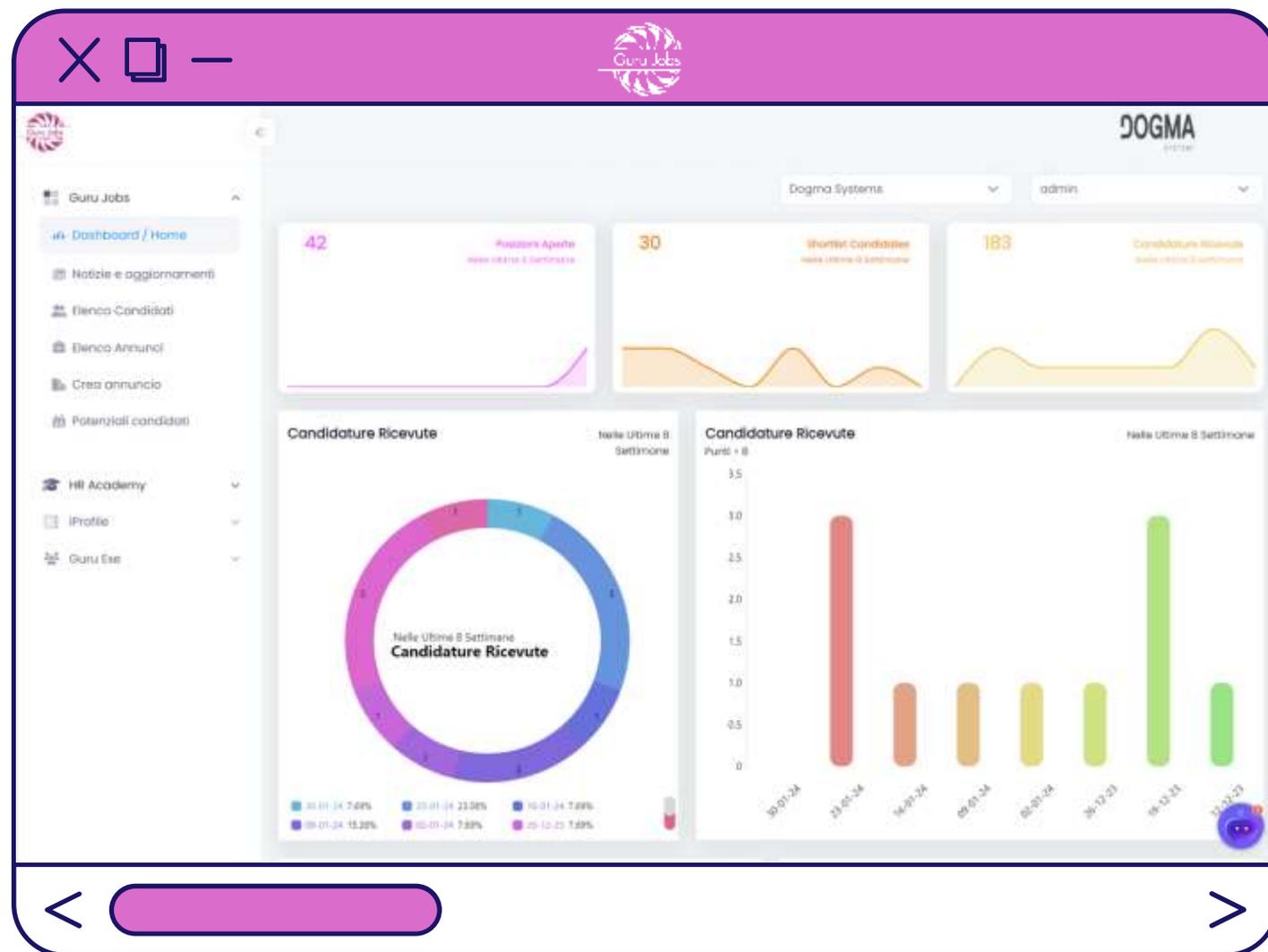
È PARTE DI TE

È UN PEZZO DEL TUO SOGNO INIZIALE



METODO GURU JOBS

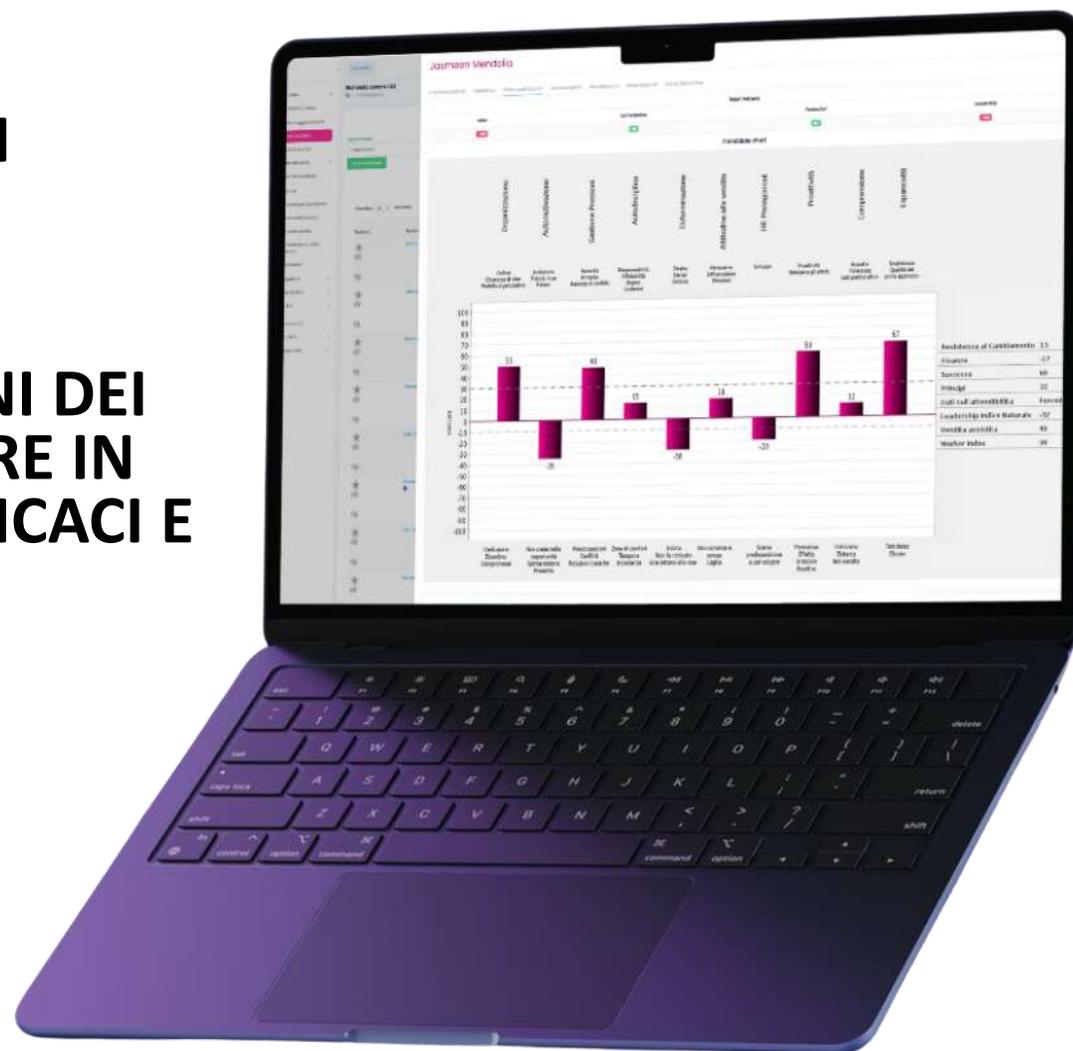
- SELEZIONE CONTINUA E TUTTO L'ANNO
- SCEGLI PRIMA CHI E POI CHE COSA
- RECRUITER VIRTUALE H24
- STRATEGICAMENTE INSERISCI PROIETTANDOTI AL FUTURO DELLA TUA AZIENDA
- STOP ALLE SELEZIONI IN EMERGENZA
- INSERISCI PERSONE DI VALORE CHE AUMENTERANNO IL TUO FATTURATO





CLASSIFICA DEI MIGLIORI

- **CLASSIFICA AUTOMATICA DEI MIGLIORI CANDIDATI IN EVIDENZA**
- **UN PROJECT MANAGER DEDICATO**
- **IMMAGINA DI PREVEDERE LE ABITUDINI DEI TUOI CANDIDATI E DI POTER CONOSCERE IN ANTICIPO COME POTRAI RENDERLI EFFICACI E PRODUTTIVI.**





PRICING

**DA DICEMBRE 2024
A MARZO 2025**



GURU JOBS

2.500€/ANNO

PIATTAFORMA CON 2 SLOT PER 12 MESI
SU UN NUMERO ILLIMITATO DI
CANDIDATI.

- ✓ 2 SLOT
- ✓ QUESTIONARI ATTITUDINALI
- ✓ FORMAZIONE ONLINE E IN PRESENZA
- ✓ PROJECT MANAGER DEDICATO
- ✓ CLASSIFICA CANDIDATI

GURU

2.200€

PUBBLICAZIONE ANNUNCI E CAMPAGNE DI
MARKETING SPONSORIZZATE SUI
PRINCIPALI CANALI SOCIAL. SERVIZIO
VALIDO PER 60 GIORNI.

- ✓ PROJECT MANAGER DEDICATO
- ✓ INTERVISTA CON GLI SPECIALISTI
- ✓ DEFINIZIONE STRATEGIA
- ✓ Feature Request
- ✓ 500+ Integrations



PRICING A PARTIRE DA APRILE 2025



GURU JOBS

2.800€/ANNO

PIATTAFORMA CON 2 SLOT PER 12 MESI
D SU UN NUMERO ILLIMITATO DI
CANDIDATI

- ✓ 2 SLOT
- ✓ QUESTIONARI ATTITUDINALI
- ✓ FORMAZIONE ONLINE E IN PRESENZA
- ✓ PROJECT MANAGER DEDICATO
- ✓ CLASSIFICA CANDIDATI

GURU

2.500€

PUBBLICAZIONE ANNUNCI E
CAMPAGNE DI MARKETING
SPONSORIZZATE SUI PRINCIPALI
CANALI SOCIAL. SERVIZIO VALIDO PER
60 GIORNI.

- ✓ PROJECT MANAGER DEDICATO
- ✓ INTERVISTA CON GLI
SPECIALISTI
- ✓ DEFINIZIONE STRATEGIA
- ✓ CALL A CANDIDATI

The background is white with scattered, colorful confetti and dots in shades of pink, blue, yellow, green, and red. The text is centered and reads:

**PENSA AD UN MESSAGGIO
CHE VORRESTI RICEVERE
DA UN TUO
COLLABORATORE ENTRO IL
31/12.**



**COSA STAI FACENDO OGNI
GIORNO PER RICEVERE
QUESTO MESSAGGIO?**

SAMANTHA MARZULLO

Thank you!



S.MARZULLO@GURUJOBS.IT
349 6970824

DUE NUOVI SERVIZI ESCLUSIVI DEDICATI
AL POTENZIAMENTO DEL VOSTRO TEAM E
AL MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE

- A) RICERCA E SELEZIONE
- B) FORMAZIONE



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com

- ✓ QUALITA'
- ✓ EFFICACIA
- ✓ EFFICIENZA



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



REAL ESTATE FOR COMPANY



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi





In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com



QUALITA'

- A) LA MIA PREPARAZIONE È BUONA?
- B) LE MIE COMPETENZE SONO AGGIORNATE?
- C) LA MIA IMMAGINE È COERENTE?
- D) LE MIE SKILLS SONO ADEGUATE?



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



REAL ESTATE FOR COMPANY



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com



EFFICACIA

- A) LE MIE AZIONI SONO PRODUTTIVE?
- B) RIESCO AD OTTENERE RISULTATI CONCRETI E MISURABILI?
- C) HO FISSATO CON CHIAREZZA GLI OBIETTIVI?
- D) RIESCO A RAGGIUNGERLI?



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



REAL ESTATE FOR COMPANY



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com



EFFICIENZA

- A) HO UNA BUONA CAPACITÀ DI GESTIRE IL MIO TEMPO?
- B) LAVORO SPESSO IN EMERGENZA?
- C) HO STRUMENTI DI LAVORO ADEGUATI?
- D) UTILIZZO SUFFICIENTEMENTE LE NUOVE TECNOLOGIE?





In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com

2025

VADEMECUM E CALENDARI
DELL'IN-FORMAZIONE
ESCLUSIVA TARGATA
L'IMMOBILIARE.COM



I SERVIZI IN-FORMATIVI

I.LAB è l'hub dei Servizi di In-Formazione de L'immobiliare.com, il Network immobiliare della Famiglia Grimaldi

I.LAB continua a essere il punto di riferimento per corsi, webinar ed eventi dedicati a tutti i Punti d'Incontro L'immobiliare.com che tramite l'accesso all'Area Riservata, potranno accedere in qualsiasi momento ai contenuti formativi, ai materiali dei corsi, dei workshop e dei webinar, sia in diretta che registrati.

Due nuove formule per il 2025: la "Formula Open" e la "Formula Premium" con tutti i nostri contenuti a disposizione.

I Corsi live e il Campus 2025 sono curati da Gianluigi Sarzano, Life & Business Coach di riferimento per il Network.

Dal 2025 abbiamo introdotto i **Networking Lunch**, momenti pensati per la condivisione di idee e progetti tra i membri del network, a seguire i corsi di formazione.

Nuovo pacchetto formativo online "Best Practices" a cura di Gianluigi Sarzano; questo programma fornirà strumenti pratici e risorse preziose per affrontare le sfide del mercato immobiliare attuale.

Interessanti contenuti verranno proposti anche da **Guru Jobs**, dedicati alla ricerca e selezione del personale. Grazie a questa collaborazione, in sinergia con l'I.TEAM, potremo supportare le agenzie del network nella ricerca dei talenti giusti, ottimizzando la crescita del team.

Nuovo appuntamento anche con il **FOCUS IMMOBILIARE** di Milano, con analisi approfondite sui mercati **Luxury e Corporate**, supportato da **RE4Com - Real Estate for Company** il marchio Corporate della Famiglia Grimaldi.

Concluderemo il 2025 con **LICOMDAY** con il consueto saluto di fine anno, un atteso momento di condivisione e festa.

MAIN SPONSOR



EVENTI ORGANIZZATI IN PARTNERSHIP CON



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com

2025

CALENDARIO COMPLETO

Credito F. - Stefano Comandato (comandato) | www.comandato.it



NOTE

- I **WEBINAR** sono attivi, possono essere Live in diretta sulla Piattaforma Go2Meeting oppure Registrati, come indicato nel Calendario Webinar.

- I **CORSI**, i **CAMPUS**, gli **SPAZI I.LAB** e il **FOCUS IMMOBILIARE** sono previsti in **solo** nelle **località** indicate in calendario. In entrambi i casi il materiale sarà disponibile sulla Piattaforma dedicata 365 giorni all'anno.

I Webinar Registrati e gli Eventi presenti nella **Formula OPEN** del programma di In-Formazione I.LAB 2025 sono gratuiti e di libero accesso a tutti i Member/Partner del Network. E' richiesto un contributo per i costi di **organlogia**, che sarà addebitata "una tantum" alla prima partecipazione ad uno degli eventi indicati (ad esclusione delle Webinar ripetitive).

I Webinar Live e i Corsi presenti nella **Formula PREMIUM** del programma di In-Formazione I.LAB 2025 sono a pagamento (che condiziona l'accesso nel modulo di login).

- Le date e i titoli degli eventi formativi saranno confermati entro il 31 gennaio 2025.

CONTATTI

networking@immobiliare.com
+39 335 1510990
https://ilab.immobiliare.com



Gennaio - Febbraio - Marzo

- 22/01 | **RIUNIONE OPERATIVA ONLINE**
 - 1° semestre 2025
- FEBBRAIO | **GURU**
 - Novità sui servizi di ricerca e selezione del personale
- 12/03 | **MILANO** | **GIANLUIGI SARZANO**
 - Wellness immobiliare
- 21/03 | **ARCHITETTO**
 - Approfondimento tecnico
- MARZO | **EUROANSA NPL**
 - Novità sui servizi Euroansa - NPL

Aprile - Maggio - Giugno

- 04/04 | **COMMERCIALISTA**
 - Approfondimento fiscale
- 09/04 | **ROMA** | **GIANLUIGI SARZANO**
 - Comunicazione, neuromarketing e I.A.
- APRILE | **YOUDOMUS**
 - Aggiornamento sui servizi tecnici
- 09/05 | **NOTAIO**
 - Approfondimento normativo
- dal 22/05 al 25/05 | **TOSCANA MARE** | **GIANLUIGI SARZANO**
 - Evento formativo motivazionale della durata di 3 giorni
- MAGGIO | **IDEALISTA**
 - Aggiornamento sui servizi di promozione online
- 13/06 | **SOLO AFFITTI**
 - Approfondimento mercato delle locazioni
- 25/06 | **MILANO** | **FOCUS IMMOBILIARE**
 - Analisi e trend del mercato immobiliare Residenziale, con approfondimento sul comparto Luxury e Corporate

Settembre - Ottobre - Novembre - Dicembre

- 17/09 | **RIUNIONE OPERATIVA ONLINE**
 - 2° semestre 2025
- 24/09 | **AVVOCATO**
 - Approfondimento legale
- SETTEMBRE | **IMMOBILIARE.IT**
 - Aggiornamento sui servizi di promozione online
- 10/10 | **RE4COM Real Estate for Company**
 - Approfondimento mercato del corporate
- 29/10 | **BOLOGNA** | **GIANLUIGI SARZANO**
 - Il nuovo agente immobiliare di successo
- OTTOBRE | **GESTIM**
 - Aggiornamenti funzionali del gestionale
- 14/11 | **LUXURY**
 - Approfondimento mercato del luxury
- NOVEMBRE | **AGENTPRICING**
 - Aggiornamento sui servizi tecnici
- 04/12 | **ROMA** | **LICOMDAY 2025**
 - Evento riservato ai Member/Partner del Network, Consuntivo 2025 | Novità 2026 | Saluti di Natale

Evento riservato agli aderenti alla Formula Premium



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com

2025

> FORMULA "OPEN"



*La formula OPEN del programma di In-Formazione ILAB 2025 è gratuita fatto salvo il costo di segreteria.

EVENTI

25 giugno | MILANO

> 15.30-18.30 | **FOCUS IMMOBILIARE**

Analisi e trend del mercato immobiliare Residenziale, con approfondimenti sul comparto Luxury e Corporate

4 dicembre | ROMA

> 10.30-13.30 | **LICOMDAY**

Evento riservato ai Member/Partner del Network. Consuntivo 2025 | Novità 2026 | Saluti di Natale

WEBINAR INFORMATIVI

REC ●

FEBBRAIO	GURU	Nuovi servizi di ricerca e selezione del personale.
MARZO	EUROANSA NPL	Nuovi servizi Euroansa - NPL
APRILE	YOUDOMUS	Aggiornamento sui servizi tecnici
MAGGIO	IDEALISTA	Aggiornamento sui servizi di promozione online
SETTEMBRE	IMMOBILIARE.IT	Aggiornamento sui servizi di promozione online
OTTOBRE	GESTIM	Aggiornamenti funzionali del gestionale
NOVEMBRE	AGENTPRICING	Aggiornamento sui servizi tecnici

RIUNIONI OPERATIVE

Online ● LIVE

> 22/01 | 1° semestre 2025

> 17/09 | 2° semestre 2025

Riunioni online di aggiornamento riservata ai titolari Member/Partner del Network.



In-Formazione
Webinar
Eventi
L'immobiliare.com

2025

> FORMULA "PREMIUM"



*La formula PREMIUM del programma di In-Formazione ILAB 2025 è a pagamento alle condizioni indicate nel modulo d'ordine.

CORSI IN AULA

12 marzo | MILANO

> 9.30-13.30 | **GIANLUIGI SARZANO**

Wellness immobiliare: come strutturare l'agenzia, gestire il team, snellire le procedure per lavorare meglio e guadagnare di più

9 aprile | ROMA

> 9.30-13.30 | **GIANLUIGI SARZANO**

Comunicazione, neuromarketing e IA: strumenti e strategie per incrementare il personal brand, valorizzarsi e distinguersi

29 ottobre | BOLOGNA

> 9.30-13.30 | **GIANLUIGI SARZANO**

Il nuovo agente immobiliare di successo: come aggiornare procedure e attività in un mercato che cambia

CAMPUS

Maggio | TOSCANA MARE

> dal 22/05 al 25/05 | **GIANLUIGI SARZANO**

Evento formativo motivazionale della durata di 3 giorni riservato alle Agenzie Member/Partner del Network.

WEBINAR IN DIRETTA

21/03	ARCHITETTO	Approfondimento tecnico	Online ● LIVE
04/04	COMMERCIALISTA	Approfondimento fiscale	
09/05	NOTAIO	Approfondimento normativo	
13/06	SOLOAFFITTI	Approfondimento del mercato delle Locazioni	
26/09	AVVOCATO	Approfondimento legale	
10/10	RE4COM Real Estate for Company	Approfondimento del mercato Corporate	
14/11	LUXURY	Approfondimento del mercato Luxury	

BEST PRACTICES

BP/01	RICERCA E ACQUISIZIONE modulo A1	REC ●
BP/02	RICERCA E ACQUISIZIONE modulo A2	
BP/03	TECNICHE DI VENDITA modulo V1	
BP/04	TECNICHE DI VENDITA modulo V2	
BP/05	ORGANIZZAZIONE DEL PUNTO D'INCONTRO	

Webinar registrati a cura di Gianluigi Sarzano.

Cinque webinar dedicati all'agire pratico dell'agente immobiliare, per la ricerca e acquisizione, per le tecniche di vendita e l'organizzazione del Punto d'Incontro L'immobiliare.com, tutti collegati da un filo conduttore finalizzato alle migliori performance del Team di lavoro.



GIANLUIGI SARZANO

LIFE BUSINESS COACH

GIAN LUIGI
SARZANO

SCOPRIRE IL TALENTO • ISPIRARE ECCELLENZA

IL VALORE della FORMAZIONE per il «successo» dell'Agenzia e dell'Agente immobiliare

Come «conquistare» la leadership sul territorio



COMPLIMENTI



COMPLIMENTI a tutti voi!

Oggi avete «sbarrato» l'agenda e siete venuti QUI, per dedicare tempo alla vostra **CRESCITA PERSONALE**, per svolgere al meglio le vostre attività, per migliorare.

Proprio per questo sento forte la **RESPONSABILITÀ** di dedicarvi TEMPO di qualità e fornirvi qualcosa di nuovo e di utile.
Oggi sono QUI con voi e per VOI!



La mia «filosofia» rispetto alla FORMAZIONE

- **Deve avere un taglio pratico e concreto. Deve fornire spunti utili, applicabili, misurabili.**
- **Deve essere sostanziale e centrata sui temi desiderati. Ma anche innovativa, prospettica, evolutiva**
- **Organizzazione, motivazione, comunicazione, così come etica e professionalità sono temi trasversali che vengono richiamati sempre. Che si tratti di acquisizione vendita o altro...**
- **E infine, NON esiste crescita professionale senza crescita personale. Ogni corso, incontro workshop è un'occasione per crescere come PERSONE**

Quali sono le mie prime «aree» di intervento

*Acquisizione
& vendita*

*Comunicazione
& negoziazione*

*Motivazione
& leadership*

*Organizzazione
& risultati*



E soprattutto **CRESCITA PERSONALE**



Cosa vorrei «portarvi»

- Un **METODO** di lavoro basato sulla **PERSONA**, sulla **QUALITÀ**, sulla **RELAZIONE**, sulle **PROCEDURE**.
- Un **SISTEMA** che consente ad ogni Agente di incrementare notevolmente i risultati in termini di **fatturato, utile, qualità, ambiente, percezione**.
- **AZIONI** che generino **soddisfazione e autorevolezza**, che creino **VALORE aggiunto**



**Nei corsi che vi proporremo durante l'anno...
in concomitanza del sessantesimo anniversario
dell'azienda che avverrà nel 2025.**

Daremo un taglio estremamente pratico e concreto! La formazione riguarderà attività fondamentali e quotidiane come la ricerca, l'acquisizione, il superamento delle obiezioni, le strategie di vendita e tutto ciò che riguarda l'organizzazione del lavoro e del tempo, la comunicazione per distinguerci, farci scegliere e preferire dal cliente e temi altrettanto importanti e attuali come il reclutamento, il personal brand ...



I miei ed i nostri OBIETTIVI **INSIEME a voi.
OGGI e tutte le volte che ci vedremo**

**Aiutarvi a tirare
fuori il meglio ed il
massimo di voi
stessi**

**Aiutarvi a produrre
al massimo,
costantemente**

**Aiutarvi a
migliorare la
qualità della
vostra vita**



**Il VOSTRO successo
è il MIO LAVORO!**

Il focus del mio «*intervento*» OGGI

Come incrementare il fatturato, la qualità del lavoro e del team, il posizionamento.

In pratica come sviluppare (o consolidare) la propria leadership sul territorio di riferimento

Oggi NON c'è il tempo per «fare un corso», ma c'è lo spazio per fare qualche riflessione INSIEME ...



Chi è l'Agente immobiliare OGGI?

Un professionista

Costruttore di relazioni

Gestore di emozioni

Depositario di valori

Esperto di procedure

Garante di affidabilità



*Psicologo,
assistente sociale,
confidente,
badante ...*

L'ERRORE che commettono molti professionisti, anche se abili ed affermati è quello di **confondere l'esperienza con il METODO o le COMPETENZE**



Se siete qui significa che VOI fate parte di un NUOVO modo di «fare» l'immobiliare. NON cadete mai in questi errori!

Gli errori più grandi, gli atteggiamenti pericolosi

- **«Sedersi»**
- Pensare di **sapere già tutto** (mancanza di umiltà)
- **«Spegnersi»**, diventare un saccente senza stimoli

MAI confondere i RISULTATI (magari di un anno o due) con il VALORE, MAI assumere uno stile di vita basato sui guadagni anziché sulle competenze, MAI pensare: vendo = guadagno = sono bravo.

I risultati passano, il VALORE resta.

Il «VALORE» genera percezione, posizionamento e risultati crescenti



Nell'ambito dello **SVILUPPO** del nostro business questi errori si manifestano con la **PIGRIZIA** nello studiare per imparare nuove strategie, nella **PRESUNZIONE** di «sapere già» come la pensa il cliente, le sue reazioni..., nella **PARALISI** di un linguaggio **NON** adeguato ai tempi od al contesto, in un'**ORGANIZZAZIONE** che non cresce, in **PROCEDURE** che **NON** sono innovative e distintive



Premesso che qui siamo
TUTTI *potenzialmente*
«forti», abili, capaci ... tutto
ciò non ci toglie la possibilità
di migliorare, crescere,
sviluppare nuove abilità,
comprendere una
dimensione diversa e più
ampia delle nostre
competenze e prospettive



————— Gian Luigi Sarzano —————

**NON VOGLIO ESSERE SEMPRE
IL MIGLIORE DI TUTTI. VOGLIO
ESSERE SEMPRE MIGLIORE DI IERI**

LE MOTIVAZIONI fanno sempre **LA DIFFERENZA**,
particolarmente in **ATTIVITÀ COME LE NOSTRE**



MOTIVAZIONE & COMUNICAZIONE, obiettivi&risultati sono strettamente connessi e interdipendenti tra di loro

Motivazione & comunicazione sono consequenziali e influiscono fortemente sulle azioni e sull'impatto che abbiamo sulle persone

In generale, come si «conquista» un territorio? Come acquisire, mantenere, ampliare la leadership di zona?

- **Ogni nostra Agenzia ha un «territorio» di riferimento**
- ***È bello e possibile operare OVUNQUE, ma occorre avere un «fortino» presidiato.***
- **Nella nostra «zona» è indispensabile essere un punto di riferimento. Conosciuto, apprezzato, stimato ...**



INVESTITE pesantemente in **COMPETENZE e RELAZIONI**

In generale, come si «conquista» un territorio? Come acquisire, mantenere, ampliare la leadership di zona?

- **Competenze e metodo**
- **CUSTOMER CARE**
- **Relazioni istituzionali**
- **Comunicazioni professionali**
- **BRAND**
- **Visibilità fisica**
- **Presenza sostanziale**
- **Iniziative promozionali**
- **Iniziative sociali**
- *Presidio*



Tutte queste attività sono «comprese» in un **INSIEME** di azioni quotidiane

L'AGENZIA OGGI deve rappresentare per il Cliente un
perimetro di **COMPETENZE, SERVIZI** e **VALORI** garantiti



AMBASCIATA della PROFESSIONALITÀ

L'Agenzia immobiliare è una repubblica fondata sul **lavoro**, sulla **ricerca di immobili costante e perenne**, sulla **qualità delle Persone**, delle procedure, della trasmissione delle competenze e dei **valori**.



**ETICA e PROFESSIONALITÀ,
IMPEGNO, DEDIZIONE, QUALITÀ**

sono vocaboli che contengono tutti i principi e le attività necessarie per svolgere con grande successo questa professione.

Innovazione, digitalizzazione, competenze, comunicazione, abilità varie e strategie sono comprese nei termini di cui sopra.

Molti pensano che **ACQUISIRE** e **VENDERE** siano «*pura ABILITÀ*» il **SUCCESSO** di un'AGENZIA è dato da UN INSIEME di attività integrate, coordinate e continuative che creano un «giro commerciale»

Promuovo, parlo, incontro, MI MUOVO, lavoro su liste, vado, cerco, telefono, mando mail ...

Creo un «VORTICE» DI NOTIZIE, un giro commerciale, un posizionamento

Con un'agenda **ORGANIZZATA** sviluppo attività finalizzate

Con un **METODO** svolgo attività ricorrenti ed organizzate

Con procedure di qualità mi distinguo

Con la tecnologia moltiplico i contatti, con il web ed i social mi rendo visibile



Il **SUCCESSO** di un'AGENZIA è dato da UN INSIEME di **PROCEDURE di QUALITÀ**, sostenute dalla **continuità nelle azioni**

Correre sempre solo per produrre, senza dedicare tempo alla programmazione, alla pianificazione ed alla VERIFICA, può generare discreti o buoni fatturati, ma **NON consente di fare il salto di qualità**



Molto spesso sopravvalutiamo quello che possiamo fare nel **breve periodo** e sottovalutiamo cosa possiamo fare nel **medio-lungo** periodo della nostra vita

**Un'AZIONE COSTANTE, RIPETUTA nel TEMPO
consente di raggiungere traguardi incredibili.**



Un esempio: lavorare su contatti di qualità: *le LISTE corporate*



La «lista *corporate*»

- **Tecnici e professionisti** (*geom, arch, ing, notai, avvocati, commercialisti...*)
- **Credito** (consulenti, banca)
- **Assicuratori, Promotori finanziari**
- **Edilizia** (imprese ristruttur., costruzione, impiantisti, fornitori...)
- **Arredo** (mobilifici, home stager...)
- **Molti altri**

Crea il «tuo» network di RELAZIONI qualificate

TRE segreti del successo

Il futuro vede l'agente sempre più al centro e **regista della compravendita**, quindi sarà sempre più importante **DELEGARE** tutto ciò che non è determinante.
Occorre occuparsi in prima persona delle cose che fanno la differenza, in primis la relazione con i clienti.

1

Fare in prima persona le cose che fanno la differenza

Delegare il resto

2

NON lavorare come sconosciuti

NON lavorare con sconosciuti

3

Sviluppare sempre nuove competenze, ampliare costantemente le relazioni



Delego:

- Adempimenti
- Documentazione
- Registrazione
- Verifiche
- Contatti con i tecnici
- Ecc...

Svolgo in prima persona:

- Relazioni
- Negoziazioni
- Convenzioni
- Affiancamenti
- Gestione clienti
- Strategie e pianificazione

TRE segreti del successo

1

Fare in prima persona le cose che fanno la differenza

...
Delegare il resto

Organizzazione e procedure

2

NON lavorare come sconosciuti

NON lavorare con sconosciuti

Accreditamento, personal brand, promo, qualificazione

3

Sviluppare sempre nuove competenze, ampliare costantemente le relazioni

Attività sul territorio e online, formazione, networking

Come gestisci il tuo tempo «operativo»?

Le tue «procedure», la tua agenda, ti aiutano a guadagnare tempo e posizionamento?



Il salto di qualità del professionista:

crescere costantemente e consolidarsi in un mercato che cambia.

«Attualizzazione» di come creare (organizzare, sviluppare, mantenere, consolidare, ampliare...)

UNA PROFESSIONE DI SUCCESSO



Cosa significa «professionista affermato», oppure «strutturato»? Quando possiamo dire che la nostra attività funziona, «va bene»?

**Cosa significa «professionista di successo»,
oppure «strutturato»? Quando possiamo dire
che la nostra attività «va bene»?**



- Quando i nostri obiettivi sono così chiari a noi stessi che diventa *facile e stimolante sostenerli con le azioni.*
- Quando i nostri obiettivi sono così chiari e condivisibili che il nostro modo di *trasmetterli a partner e collaboratori diventa contagioso*
- Quando i nostri obiettivi sono così chiari che le nostre *azioni*, le *procedure* e le modalità di *comunicazione con i clienti* diventano insieme *credibili e percepite nel loro valore*



**Affinchè ciò avvenga è
necessario saper
comunicare con successo.**

***La comunicazione
efficace deve essere
ripensata come un
requisito professionale
essenziale,
non semplicemente come
una dote personale***



Le persone **si avvicinano o si allontanano** da noi,
in base a quanto il nostro modo di essere comunica **«soluzioni»** oppure **«problemi»**, ed in relazione a cosa trasmette il nostro atteggiamento

Le persone si formano un'idea che finisce **per orientare le proprie scelte** in base alle prospettive che la nostra comunicazione genera.



Quando
comunichi,
TU da che
parte stai?

Qual è la prima cosa che una
PERSONA PERCEPISCE di noi?

L'ATTEGGIAMENTO!

L'atteggiamento è il nostro **PRIMO
SEGNALE** verso l'esterno e viene
prodotto dalla nostra
COMUNICAZIONE INTERIORE, che
deriva dalle nostre **EMOZIONI**.

La capacità di sviluppare una
CULTURA dell'ACCOGLIENZA fa
la differenza nella nostra **VITA!**



Possiamo uscire da un appuntamento senza incarico ma non possiamo uscire da un incontro senza NOTIZIE UTILI e senza che quella persona pensi il meglio di noi

Il «nostro» è un lavoro di RELAZIONI. Le COMPETENZE sono indispensabili, l'organizzazione altrettanto, idem i servizi, ma per avere successo devi essere in grado di stabilire eccellenti RELAZIONI con le PERSONE



Perché è così difficile «conquistare» un cliente?

Perché è faticoso «prendere» un incarico?

Perché il cliente tentenna prima di prendere una decisione?

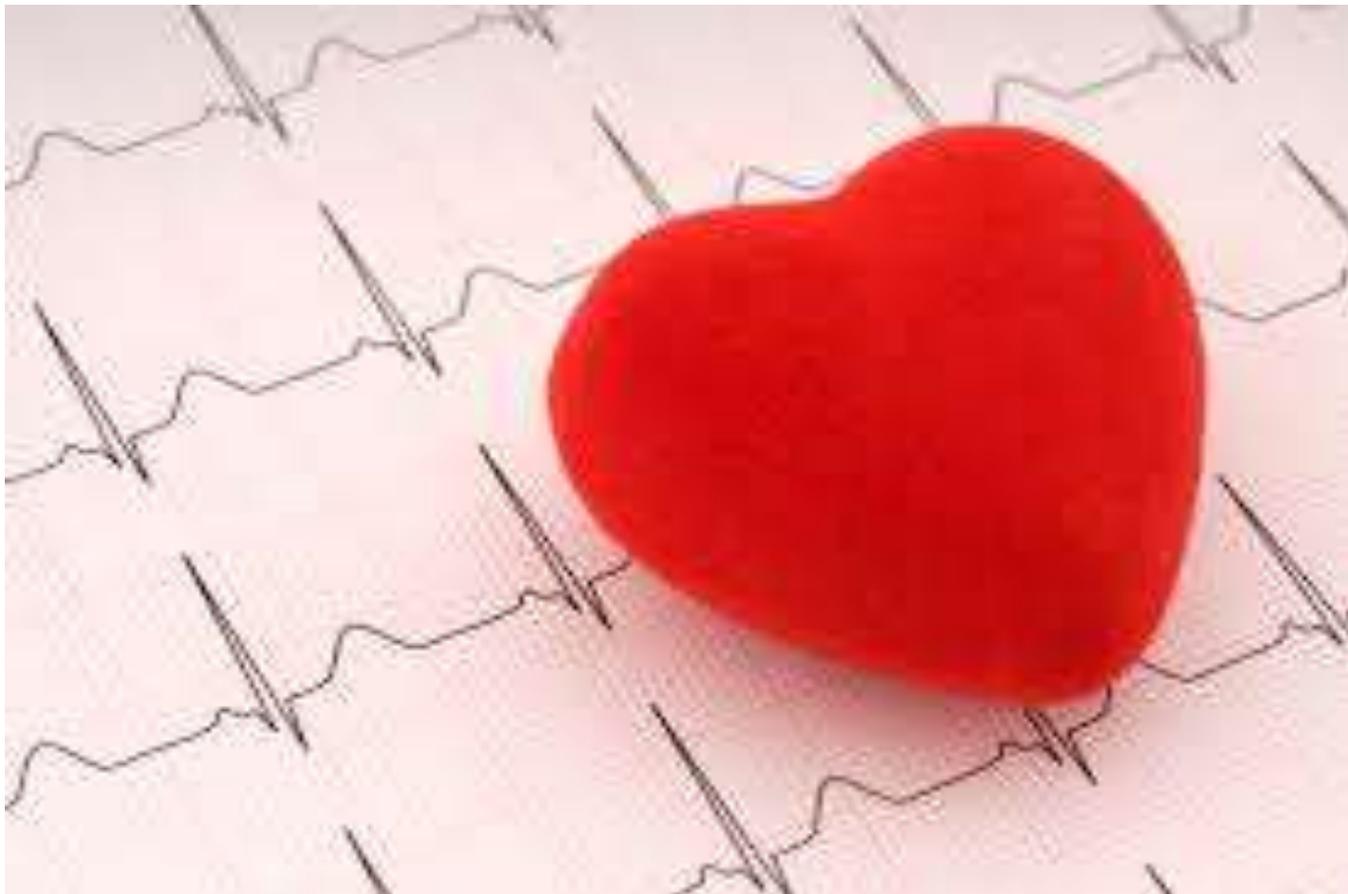
Perché il cliente **non** compra
e **non** paga ciò che non capisce



Perché il cliente **non** ascolta
e **non** crede chi non conosce



Perché le PERSONE seguono i battiti del loro **CUORE**



Un piccolo esempio da agente immobiliare

30 GIORNI per 30 MINUTI

(per prendere l'incarico)

- Calendario delle attività.
- Rendicontare le attività svolte
- Dopo 30 giorni appuntamento di mezz'ora (o di quanto serve...) per prendere l'incarico.



- ***Il fatturato si fa con i clienti che si fidano!***

- **I clienti che si fidano sono quelli che ci conoscono!**

- **I clienti che ci conoscono sono quelli che si sentono ascoltati e seguiti.**



**«Fare» o «essere» AGENTE
IMMOBILIARE nel 2000, 2015 o 2025
NON è la stessa cosa.**

**Fare l'Agente immobiliare nel 2025 è
una PROFESSIONE molto molto diversa
da quella di pochi anni fa.**

**E cambierà ancora molto nel futuro
prossimo, nei prossimi 5 anni**



Le «procedure» di qualità



L'ORGANIZZAZIONE come potente alleato della NEGOZIAZIONE

Un «capitolo» della
NEGOZIAZIONE lo merita
L'ORGANIZZAZIONE, che
rende percepita la
professionalità.
Metodo testato e
procedure efficaci sono
sinonimi di qualità e
generano passaparola



Le «procedure» come strumento di comunicazione, attrazione, percezione e posizionamento



«Andiamo a **NEGOZIARE**» ...
che «effetto» genera la tua **comunicazione**??



stupore positivo



indifferenza



chiusura

Il cliente tipo OGGI

È più INFORMATO

**È meno abituato al CONFRONTO
DIRETTO**

**È abituato a standard di servizio
elevati**

È meno PAZIENTE

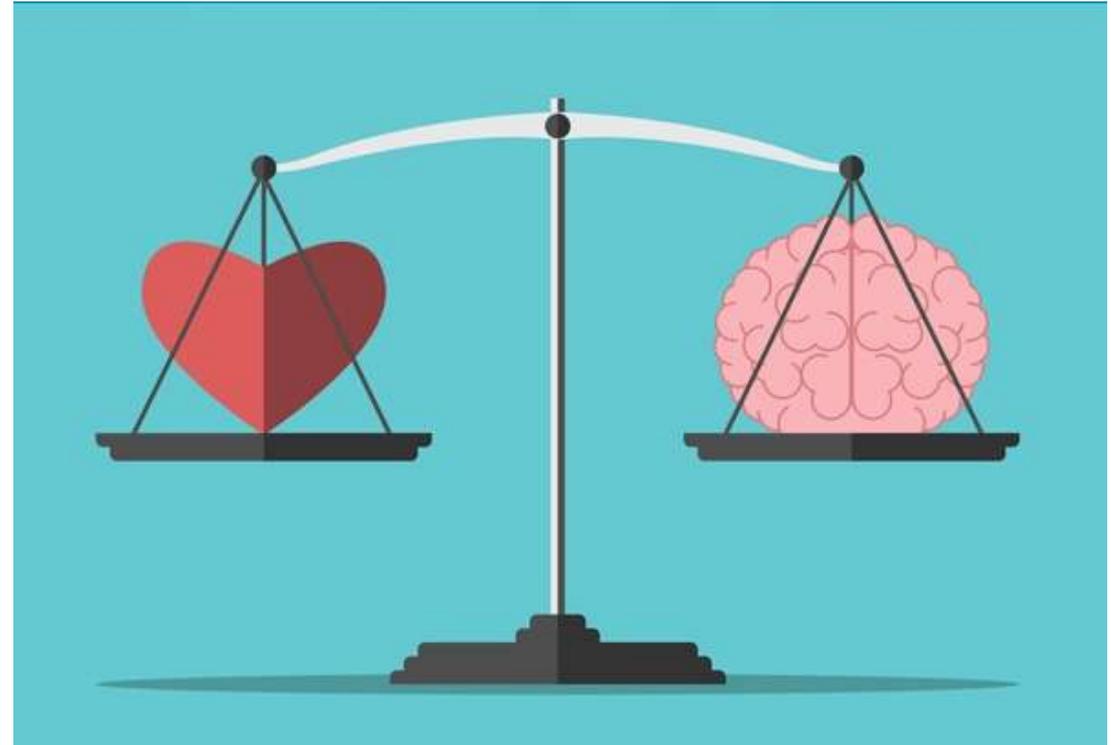
È più INCERTO

**Sono tutte caratteristiche e situazioni
che rendono più FACILE la «VENDITA»
se conquisti la sua fiducia...**



Come ci «arrivi» alla telefonata, alla conoscenza, all'appuntamento, alla negoziazione. Che tipo di **«accreditamento»** hai svolto oppure hai ricevuto?

Quali versamenti hai fatto sul **conto corrente emozionale** del cliente, al quale andrai a chiedere di prelevare (fiducia, incarico, proposta, ribasso ...)



Nell'epoca dell'I.A., la relazione umana avrà sempre più **VALORE!**

Qual è la prima cosa che una
PERSONA PERCEPISCE di noi?

L'ATTEGGIAMENTO!

L'atteggiamento è il nostro **PRIMO
SEGNALE** verso l'esterno e viene
prodotto dalla nostra
COMUNICAZIONE INTERIORE, che
deriva dalle nostre **EMOZIONI**.

La capacità di sviluppare una
CULTURA dell'ACCOGLIENZA fa
la differenza nella nostra **VITA!**



**Quello che pensiamo ...
trasmettiamo!**

I PILASTRI della negoziazione

Mindset- atteggiamento

Competenze

Informazioni

Relazione

Strategia e preparazione



**Troppo spesso
NEGOZIAMO
«istintivamente»,
senza PROCEDURE,
SCUOLA, STRATEGIA**

Come negozia un Agente LEADER, un professionista di VALORE

Signor/a **NON mi chieda lo sconto, mi chieda un RISULTATO!** Io sono abituato a lavorare per obiettivi ed a raggiungerli!! **Lo sconto è una scorciatoia per chi NON riesce ad ottenere ciò che desidera.**

Io voglio fortemente ottenere ciò che lei desidera! UNIAMO le nostre volontà per ottenere un risultato che entrambi vogliamo.

Lei pensa davvero che un PROFESSIONISTA che CEDE alle sue richieste di sconto su una SACROSANTA PROVVIGIONE, frutto di un lavoro che le dettaglierò punto per punto, valore per valore, sia la migliore scelta per proteggere, difendere e valorizzare il suo immobile? Come può, «uno» che le fa uno sconto del 30% a prima richiesta, ottenere ciò che lei desidera, «tenere botta» alle offerte al ribasso degli acquirenti? **Io devo essere l'avvocato difensore del prezzo del suo immobile sul mercato ...**

Se le do l'incarico che sconto mi fa?

Signor/a **NON mi chieda lo sconto**, così **SUBITO mi sento a DISAGIO!**

Prima vorrei condividere con Lei quelli che sono i miei **OBBLIGHI**, le mie **ATTIVITÀ**, tutto ciò che io vorrei **FARE** per **GARANTIRE** il massimo ed il meglio nella vendita della sua casa. Ci sono **GARANZIE**, **AZIONI**, **ADEMPIMENTI** e tante altre cose che occorre fare. **PRIMA** vorrei essere certo/a di averle espresse e condivise con lei, poi dopo mi sento più tranquillo nel parlare con lei del mio **EVENTUALE COMPENSO**. **Io voglio fortemente ottenere ciò che lei desidera!**
UNIAMO le nostre volontà per ottenere un risultato che entrambi vogliamo.

Lei pensa davvero che un **PROFESSIONISTA** che le deve fornire **GARANZIE** e portare un risultato, sia «misurabile» in base allo «sconto» che effettua sulle sue provvigioni? Chi non è in grado di valorizzare il proprio lavoro come può

DIFENDERE....

- Come si arriva ad una capacità di «negoziazione» come questa?

- Come «far passare» concetti del genere senza risultare presuntuoso ma anzi «attraente» dal punto di vista professionale?

- Quando posso «permettermi» di dialogare col Cliente in questo modo?

Quando raggiungo la giusta

CONSAPEVOLEZZA

del mio **VALORE**,

a seguito di

IMPEGNO,

COMPETENZE

ACQUISITE,

POSIZIONAMENTO

E PERCEZIONE

IDENTIFICATO

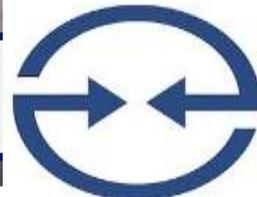
Ti sei presentato,
sei ufficialmente
«riconosciuto»



VALORE DELLA PERSONA

ASSOCIATO

Hai associato alla
tua figura quella
del tuo brand



PERCEPITO

Sei riuscito a far
passare i tuoi valori in
quello che rappresenti



VALORE DEL RUOLO

UN ESEMPIO ??

Buongiorno... si c'è questo nuovo trilocale, molto **atteso** in questa zona. Con la **scarsità** di nuove costruzioni oggi ogni nuovo immobile **QUALIFICATO** è un po' come un bambino che nasce, **sempre più RARO!**
Nel dettaglio per VIA SARZANO 60, parliamo di una casa che



Buongiorno... chiedo scusa anche a lei signora nel caso avesse trovato occupato, ma questa mattina, complice l'annuncio che mette sul mercato questo **trilocale molto atteso**, siamo stati subissati di telefonate. Nel dettaglio per VIA SARZANO 60, parliamo di una casa che

Oggi, ad esempio un martedì qualunque

Il Cliente ...

... allora verrei a vedere la casa lunedì prossimo, se possibile alle 18 perché almeno c'è anche mio marito (moglie, papà, nonno, esperto, filosofo, astronauta, ecc...



Noi ...

... volentieri signora! ... uno scrupolo personale, di attenzione nei vostri confronti: siccome su questo immobile abbiamo parecchi appuntamenti programmati, vuole che le suggerisca altri immobili da vedere, **NEL CASO DA QUI A LUNEDÌ L'IMMOBILE NON FOSSE PIÙ DISPONIBILE??**

COME ci arrivi a «*QUEI MOMENTI*»?

Sono quelli in cui decidi il tuo **fatturato** ...

- Lavora con i tuoi **VALORI** e circondati solo **PERSONE** di qualità
- **Forma fisica** e allentare lo stress...
La nostra è un'attività basata sulle relazioni. Il buonumore è un obbligo.
- Quando **arrivi tu, arriva il SOLE**



**Nelle nostre Agenzie ...
solo Persone di qualità, allineate e formate**

***O.Q.P.
Only
Quality
People***



Come distingui un «fornitore» di servizi da un partner che migliora la tua struttura?

IL PARTNER

- Dialogo semplice e apporta idee
- Trova soluzioni
- Nel confronto mette al centro il risultato e non le sue esigenze
- Brand ambassador
- Ci rappresenta
- Segnala clienti e persone

IL FORNITORE

- Chiede di adeguarsi ai suoi tempi
- Poca attenzione alle nostre esigenze
- Dispendio energie nel dialogo
- Contrasti e rigidità
- Non «spende» il nostro nome

GIAN LUIGI
SARZANO
SCOPRIRE IL TALENTO • ISPIRARE ECCELLENZA

Un FORNITORE di servizi che, nel tempo, NON diventa PARTNER, NON sposa la nostra AZIENDA, NON «spende» il nostro NOME, è un COSTO.

IL PARTNER è un INVESTIMENTO

Workflow ME-TO-DO

Attività e processi di produzione dell'agente immobiliare di successo



Ognuna di queste attività può essere arricchita dal MINDSET condiviso, dal FOCUS comune sullo sviluppo del business!

**Ci sono alcuni momenti che fanno la differenza nel
VALORE e nel RISULTATO di un'AGENZIA.
Poche semplici situazioni che, se codificate e supportate
da una buona organizzazione, possono consentire
GUADAGNI FAVOLOSI**



Sono fasi nette, chiare e complementari

- **Ascolto**
- **Predisposizione**
- **Accoglienza**
- **Accreditamento**
- **Raccolta info**
- **Smistamento**
- **Procedure ON**
- **Perseveranza**
- **Conclusione**
- **Post conclusione**

Dietro tutto ciò si muove un'organizzazione fatta di verifiche, miglioramenti, partnership di qualità.
È semplice ma non facile



**NO GUARDI ... NON vorrei né agenzie
né pagare provvigioni ...**

**Beh, mi sembra ragionevole... immagino che lei
pensi di poter negoziare al meglio da SOLO e
avere un vantaggio dal risparmio delle
provvigioni. Infatti la domanda del mio
sondaggio è proprio questa:**

**«lei pensa che il risparmio del compenso di un
professionista alla fine le consenta di incassare
di PIÙÙÙÙÙÙÙ?»**

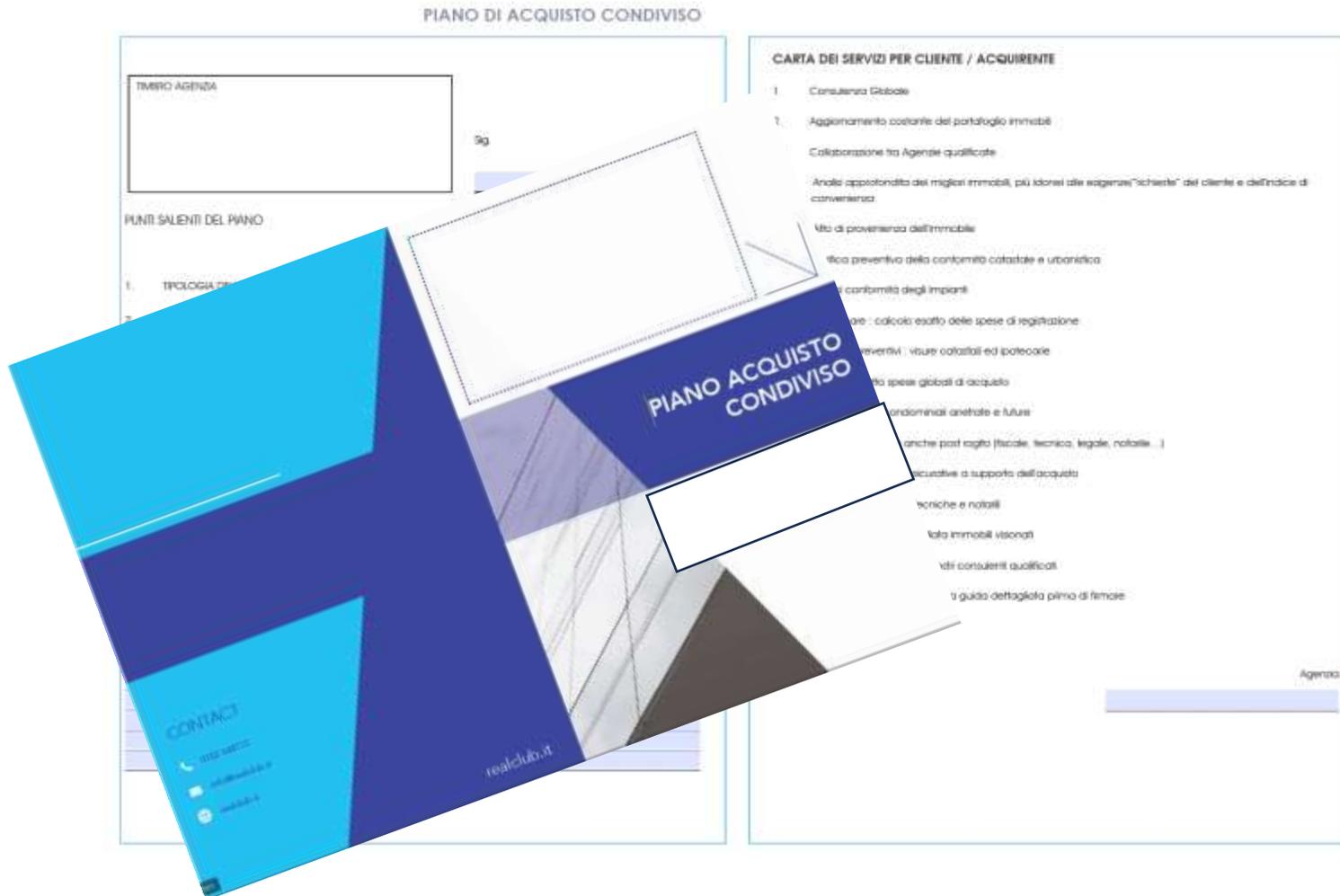
***Glielo chiedo perché i dati in nostro possesso
dicono il contrario, cosa che peraltro dice
anche un articolo del SOLE24ORE...***



Buongiorno, sono Gigi Sarzano, un Agente immobiliare che vorrebbe tanto poterle dimostrare NERO SU BIANCO come guadagnare di più dalla sua vendita attraverso un servizio che avrebbe un costo solo nel caso lei guadagnasse appunto di più. Ho visto il suo annuncio dove esclude le Agenzie dalle sue POSSIBILITÀ di vendita... ne sono FELICE e la chiamo proprio per questo, visto che molti miei colleghi NON la contatteranno e che invece molti clienti la chiameranno immaginando, che così lei possa fare UNO SCONTO (di gran lunga maggiore del 3-4%)... di acquistare al meglio



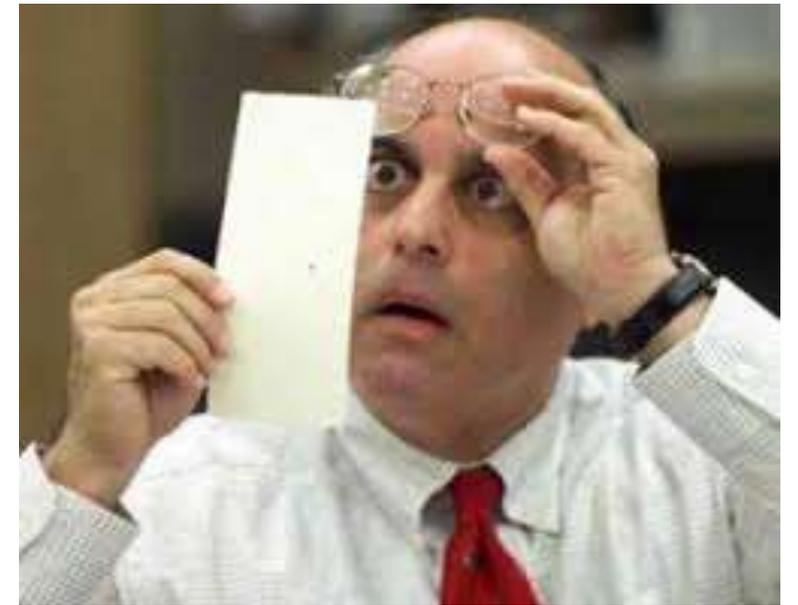
Il piano di acquisto condiviso o anche il piano di ~~marketing~~ valorizzazione



DI PERSONA
ma
anche
AL
TELEFONO

A meno di **NON** vendo!

Ottimo, è importante avere UN prezzo. Questa sua «IDEA» di prezzo è frutto di un ragionamento supportato da dati concreti e inconfutabili, oppure è qualcosa di «irrazionale», emotivo, anche sentimentale (detto col sorriso bonario)? È una domanda che le pongo perché *il suo «parere» per me è importante, così come è sapere da dove nasce* e perché il mio lavoro è anche quello di orientare, di mettere la mia/nostra esperienza al servizio del cliente per evitare al cliente stesso perdite di denaro e di tempo



FRASE KILLER

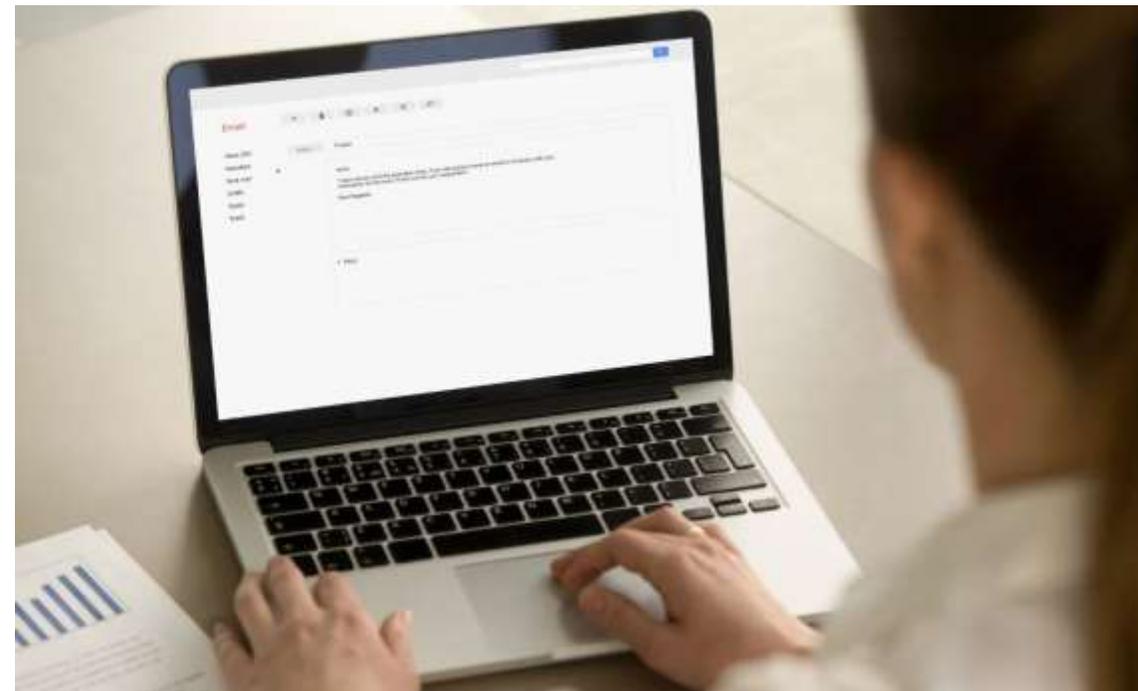


IDEE PER DISTINGUERSI E FARE LA DIFFERENZA

RISPOSTA ALLA MAIL GENERICA

Caro cliente, benvenuto nel mondo AGENZIA XXX! Innanzitutto GRAZIE per l'attenzione che ci dedica. Per noi ogni cliente è importantissimo, proprio per questo, come segno di attenzione, le facciamo alcune domande utili per inviarle proposte adeguate alle sue esigenze. Le saremo molto grati se vorrà risponderci, nel frattempo le inviamo alcune proposte indicative. In attesa di risentirci, cordiali saluti. Sono ... Può contattarmi

...



L'importanza della COMUNICAZIONE efficace

**Ad esempio, come «gestiamo»
i clienti potenziali acquirenti?**

**L'esempio di alcune
Agenzie nelle quali sono
intervenuto DIRETTAMENTE**

**Numeri VERI
Clienti «generici»
NON gestiti:**

**618 mail inviate
160 telefonate generate
64 appuntamenti
26 notizie
5 incarichi
9 vendite**



RE PARTNER



Connecting real estate PEOPLE

Voglio provare a vendere da sola ...

Lo immagino signora, è una cosa che capita spesso, l'ho chiamata proprio per questo.

La mia telefonata ha lo scopo di fissare un breve appuntamento nel quale, indipendentemente dalle sue decisioni, le consegnerò utili indicazioni per mantenere alto il valore del suo immobile, oltre all'elenco di tutti gli adempimenti che spesso neanche i tecnici conoscono nel dettaglio. Sarà inoltre mia premura consegnarle una lista di immobili recentemente venduti in zona affinché lei possa avere i giusti parametri... se si domanda come mai faccio tutto questo le rispondo subito. Perché il mio è un lavoro di relazioni e sono fortemente interessato al fatto che lei possa parlare bene di me ad un suo conoscente ... e poi perché ci sono un sacco di informazioni che scoprire «dopo» costa moltissimo in termini economici e di tempo, come ad esempio il **«CONFLITTO DI INTERESSI DEL PROPRIETARIO»**, che vale, mediamente, un 15% del prezzo...

Esempio pratico: fai scrivere “NERO SU BIANCO”

Pregi



Aree di miglioramento



Il piano di acquisto condiviso» e il patto di VALORI

Esempio pratico leve motivazionali: fai scrivere “NERO SU BIANCO”

Mi piace



Non sopporto



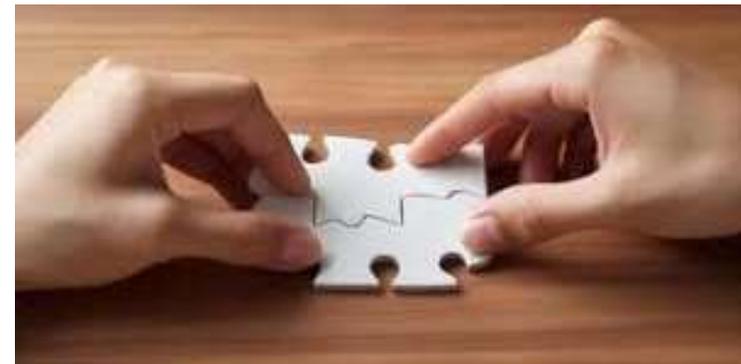
Il TEST di vendibilità

La **RESPONSABILITA'** del prezzo **CONDIVISA** col cliente
Far partecipare il cliente alla «scelta» del prezzo porta
mediamente un «**ribasso o rialzo**» del 10% al primo giro.

RESPONSABILIZZARE
il cliente con le
informazioni che
non ha o finge di
NON sapere



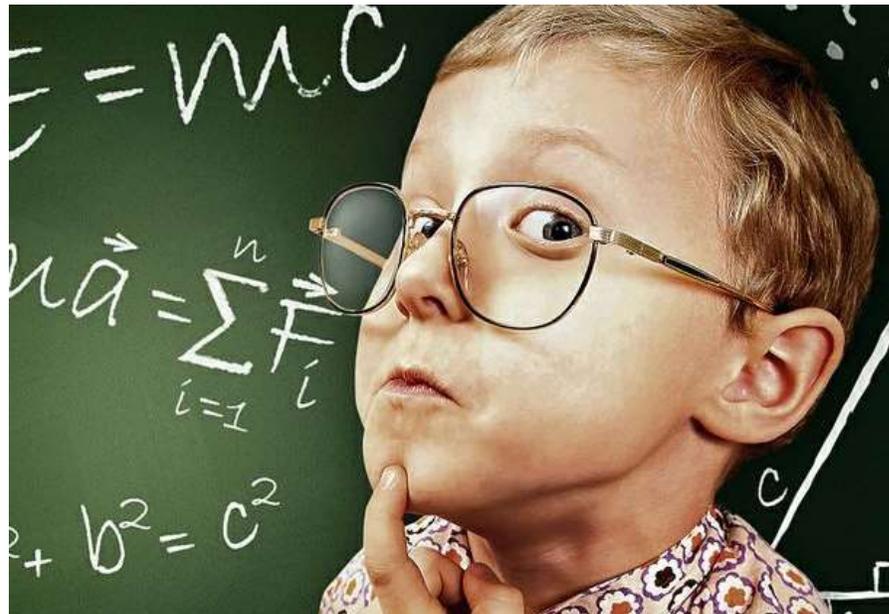
Quanto «partecipa» il cliente alla
costruzione del prezzo di vendita?
*Occorre «responsabilizzare» il
cliente e condividere con lui/lei la
definizione del prezzo*
*Spesso il cliente **NON** si sente
responsabile del prezzo di
richiesta o proposta*



Se sento dimentico

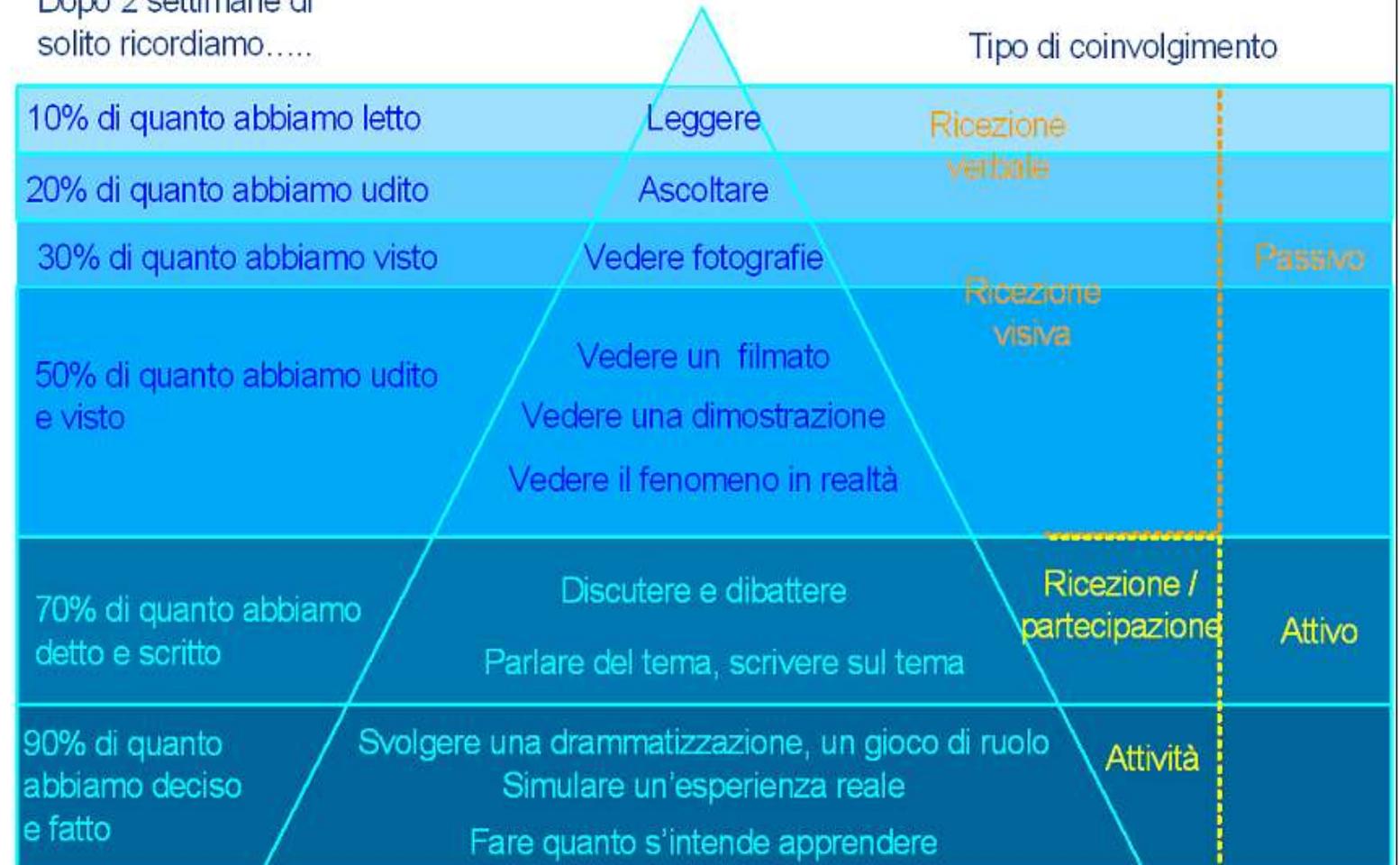
Se vedo ricordo

Se faccio imparo



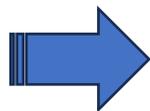
Cono d'apprendimento (Cono di Dale)

Dopo 2 settimane di solito ricordiamo.....

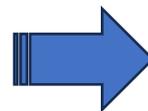


Studiare, **formarci**, **impegnarci**, **ESERCITARCI**, ed apprendere sono attività che generano **consapevolezza**! La consapevolezza genera **autostima** e l'autostima che deriva dal proprio impegno è **percepita** dagli altri e crea a sua volta la **fiducia**. Tutto ciò fa parte di un ciclo virtuoso che ti aiuta, che crea intorno a te un **clima positivo** e che ti permette di incontrare **persone migliori e ottenere più risultati**.

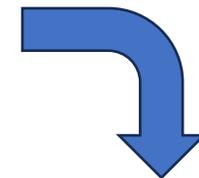
impegno



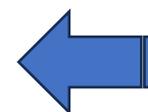
consapevolezza



autostima



percezione



fiducia



**Clima positivo,
persone migliori**

Indagine REALYX su un campione di 60 agenzie (periodo luglio 2023 - dicembre 2023)

- 7 appartenenti a network primari
- 19 appartenenti a network «locali»
- 34 agenzie indipendenti

Procedure, ricerca e collaboratori



REALYX ►



- **Il 65% dei titolari dichiara di NON avere una PROCEDURA di ricerca e selezione**
- **Oltre il 75% dei titolari si dichiara INSODDISFATTO della qualità di persone che incontra nei colloqui**
- **Il 50% dei titolari afferma che i collaboratori non hanno il senso di appartenenza e dedizione desiderato**



Su un campione più vasto di Agenzie

- Il 70% dei titolari gestisce direttamente la ricerca e la selezione
- Il 75% non ha una procedura di «onboarding»
- Le prime attività che un «neofita» svolge sono quasi esclusivamente legate alla ricerca «classica»
- La maggior parte dei titolari non segue i neofiti per più di 3 giornate complessive nei primi 2 mesi
- I parametri di risultato per i «neofiti» sono legati quasi esclusivamente alle notizie di immobili in vendita o eventualmente alle acquisizioni



IN GENERALE

- Solo il 25% compie qualche azione di fidelizzazione post vendita. Nessuno ha in «procedura» la visita al cliente post-atto
- Per l'85% delle agenzie la ricerca avviene tramite zona, web e passaparola
- Solo il 30% ha un piano editoriale.
- Solo il 25% si affida ad un social manager
- Solo il 10% coordina le attività social con i collaboratori



**Tutto ciò significa che
abbiamo grandi
opportunità per
distinguerci e fare la
differenza.**

**La strada da percorrere è
quella della **QUALITÀ**.
Qualità nelle procedure,
nel metodo, nella
relazione, nei servizi.**





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



IL MERCATO DEL LUSO NON CONOSCE CRISI

Nel 2023 lo stock di immobili di pregio in Italia è cresciuto dello 0,5% rispetto al 2022, arrivando a rappresentare il 2,7% di tutta l'offerta di immobili residenziali italiani. In aumento anche la domanda, che rispetto al 2019 è cresciuta del 2%.

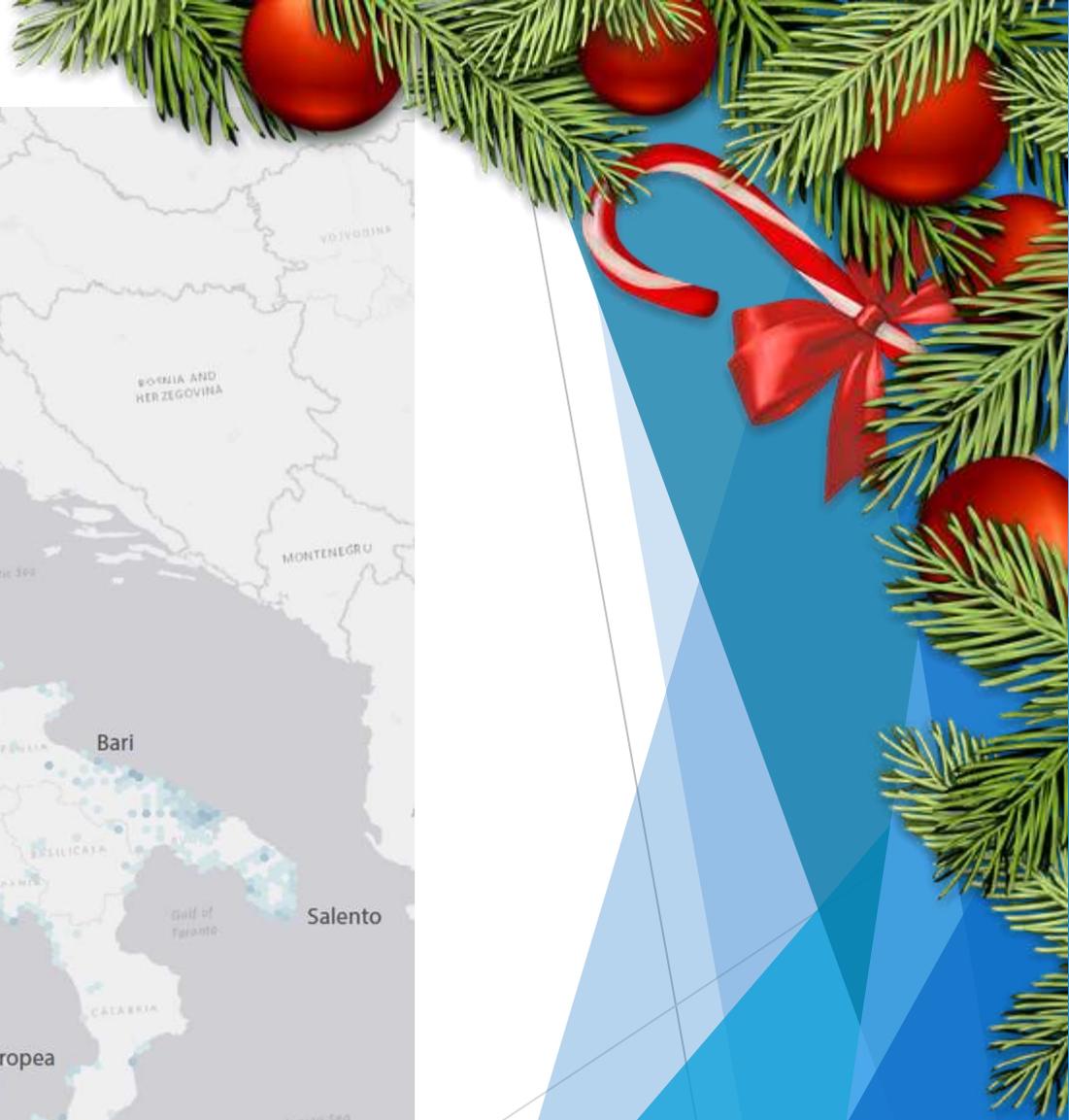
Il 2024 si chiuderà con il segno positivo.



OFFERTA ALTA GAMMA

Macroaree	Valore (Mld)	% su totale
Centro	€ 19,93	37,2%
Nord-Ovest	€ 19,59	36,6%
Nord-Est	€ 8,35	15,6%
Sud	€ 3,21	6,0%
Isole	€ 2,48	4,6%

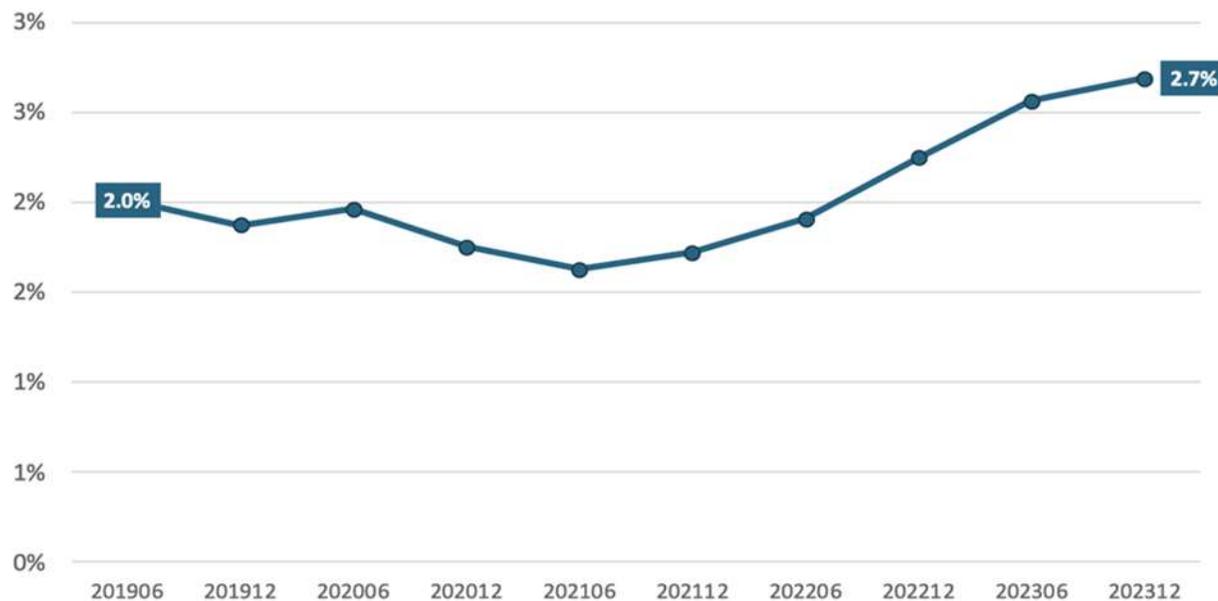
ITALIA	€	53,1	Zona	Valore (Mld)	% su totale
	€	7,35	Milano	13,7%	
	€	4,49	Roma	8,4%	
	€	3,99	Versilia	7,5%	
	€	3,02	Riviera Ligure	5,6%	
	€	2,77	Laghi	5,2%	
	€	2,02	Firenze e dintorni	3,8%	
	€	0,86	Napoli e dintorni	1,6%	
	€	0,74	Dolomiti	1,4%	
	€	0,69	Costa Smeralda	1,3%	
	€	0,57	Riviera Romagnola	1,1%	
	€	0,53	Torino	1,0%	
	€	0,52	Bologna	1,0%	
	€	0,45	Sicilia Costa Orientale	0,8%	
	€	0,40	Terra di Bari	0,8%	
	€	28,40	TOP 14 ZONE	53,0%	



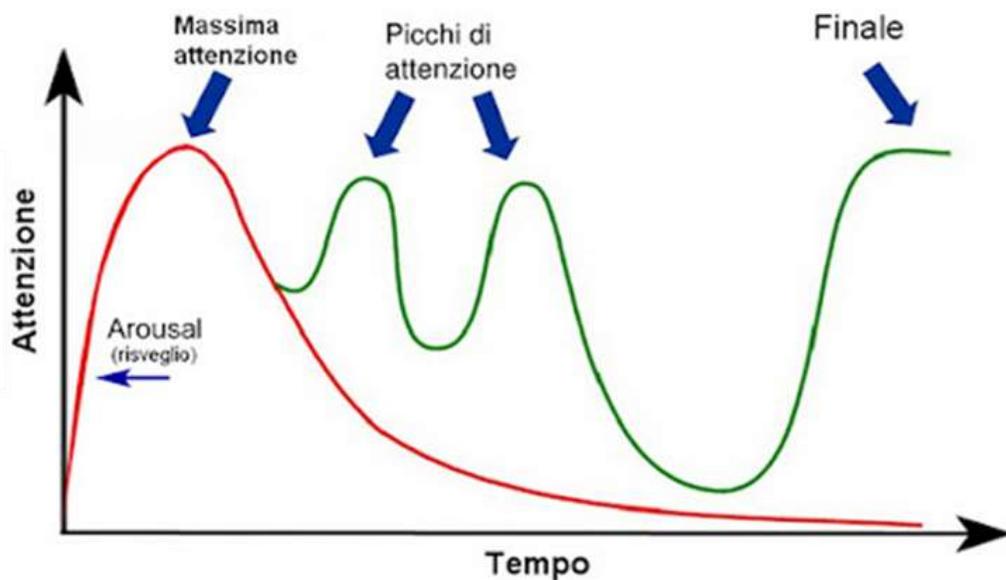
IMMOBILI DI LUSO - MERCATO

	Totale	di Lusso		Alta Gamma	
Abitazioni	34.000.000	900.000	2,6%	250.000	0,7%
Valore ('mld)	5.200 €	650 €	12,5%	380 €	7,3%
Unitario ('000)	153 €	730 €	4 volte	1.520 €	10 volte

Offerta - % annunci immobili di Lusso su totale



- Il lusso oggi è un obiettivo: avere quello che vuoi quando vuoi.
- Il lusso non è più solo ostentazione, ma è stare bene, life style.



Nuovo mercato «Seconda Prima Casa»

Prestigio non è solo più grandezza

Polarizzazione tra residenze storiche e immobili tecnologici

Immobili di Lusso si sono uniti alle modalità del mercato tradizionale

LUXURYESTATE

LUXURY NETWORKING il nuovo modo di fare rete in Italia

L'IMMOBILIARE.COM si pone sul mercato immobiliare con l'ambizione di mantenere saldo il proprio legame con il passato, ma con uno sguardo lungimirante verso il futuro dei servizi immobiliari.

Il Network Immobiliare Luxury & International si distingue da quanto oggi offre il mercato, puntando sulle persone come vero valore aggiunto.

Due reti commerciali in espansione, Italia e Estero (grazie ai nostri corrispondenti) dedite a soddisfare le esigenze del cliente finale, offrendo ai nostri Luxury Point selezionati partner di rilievo e un marchio non solo storico ma unico nel suo genere.

Il connubio sapienza tra esperienza ed eleganza porta L'IMMOBILIARE.COM a presentare l'esclusivo circuito Luxury & International dedicato alla compravendita di immobili di Lusso e per Investimento/Vacanze in Italia e all'Estero.

Una vera Boutique del Real Estate.

LUXURY & INTERNATIONAL

Entra nel mondo di Luxury & Luxure International e scopri un universo di lusso immobiliare senza confini

LU  **URE**
International

- POTENZIAMENTO DEI SERVIZI OFFERTI IN COLLABORAZIONE CON IMMOBILIARE.IT
- ANALISI DI MERCATO AGGIORNATE
- WEBINAR E EVENTI
- PROPOSTA IMMOBILIARE ACCATTIVANTE E FORTE INTERSCAMBIO
- INEWS CON SPAZI DEDICATI
- SITO WEB DEDICATO
- SOCIAL
- FORMULA COMMERCIALE DEDICATA
- NUOVE COLLABORAZIONE ESTERE
- MARKETING DEDICATO
- NUOVI LUXURY POINT



**Immobiliare**
.com
Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

**LUXURY
REAL ESTATE**

DAL 1965
IL MARCHIO DELLA
FAMIGLIA GRIMALDI





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



Le principali novità 2025

Accordi e Convenzioni

Parte 3

UNA SOLIDA PARTNERSHIP IMMOBILIARE CON OLTRE 20 AGENZIE SUL TERRITORIO



GUSTAVO GALLINACCI





SOLOAFFITTI

Napoli 5 Dicembre 2024

Il Gruppo SoloAffitti è nato nel 1997 e oggi conta 300 punti vendita in franchising in tutta Italia



+80.000

**Clienti gestiti
e soddisfatti**

27

+ 27 anni

**Di esperienza
sul campo**



+30.000

**Contratti
stipulati
ogni anno**



**+ 430
milioni**

**L'ammontare
delle rendite
gestite e
tutelate ogni
anno**



+ 300

**Punti SoloAffitti
In tutta Italia**

**SoloAffitti è oggi la realtà imprenditoriale che intermedia più locazioni in Italia
e l'unica che garantisce il rendimento immobiliare dei propri clienti.**



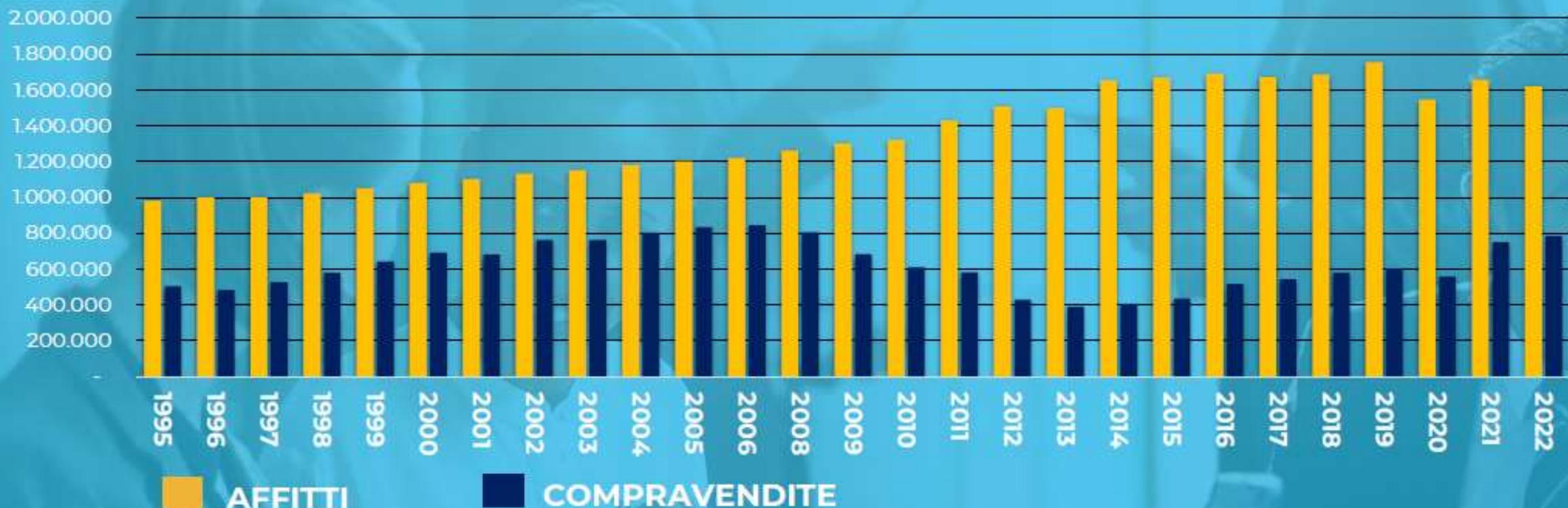
Un mercato con numeri da capogiro

Ogni giorno in Italia vengono registrati

6.449 contratti di locazione

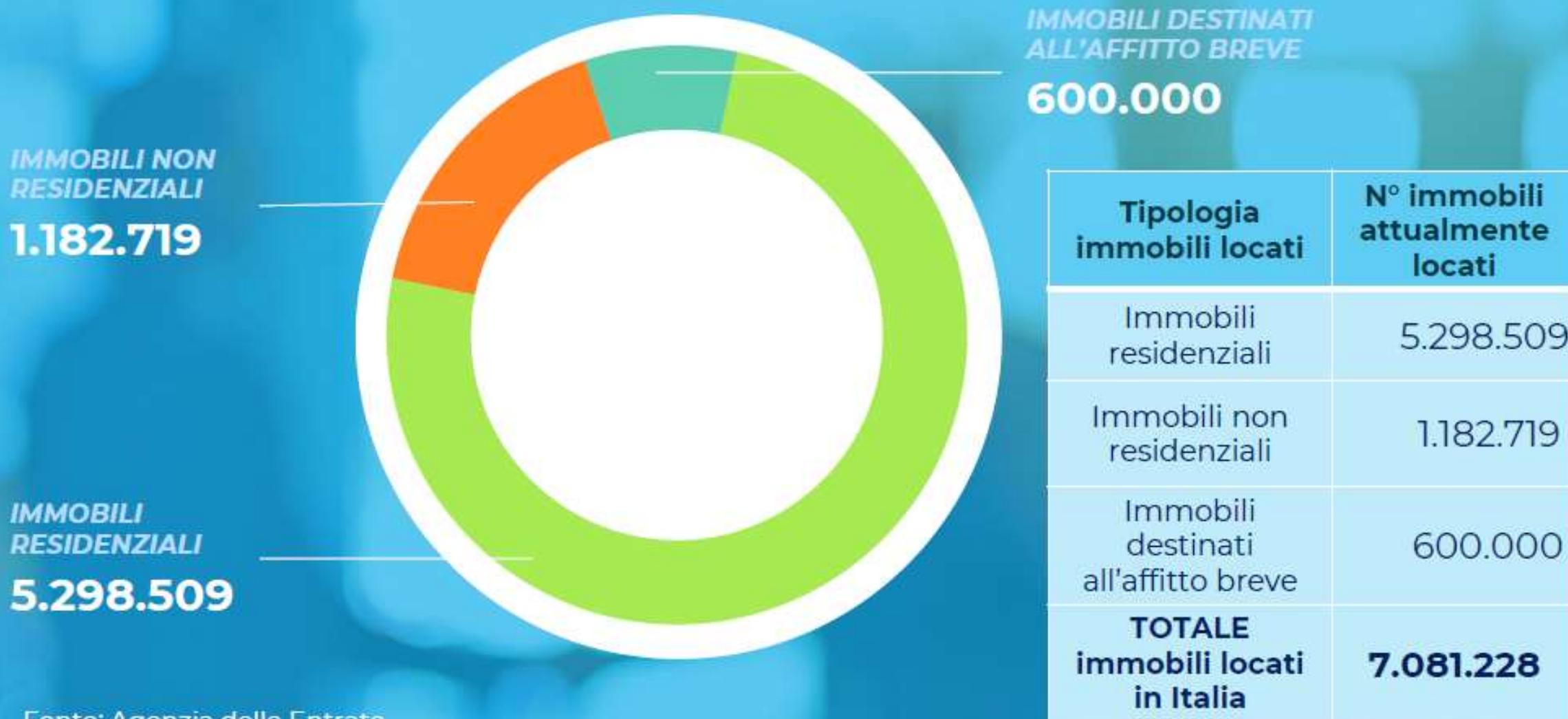
(per un totale annuo di oltre **1.600.000** contratti registrati!)

Un mercato che cresce costantemente da 30 anni e non conosce crisi



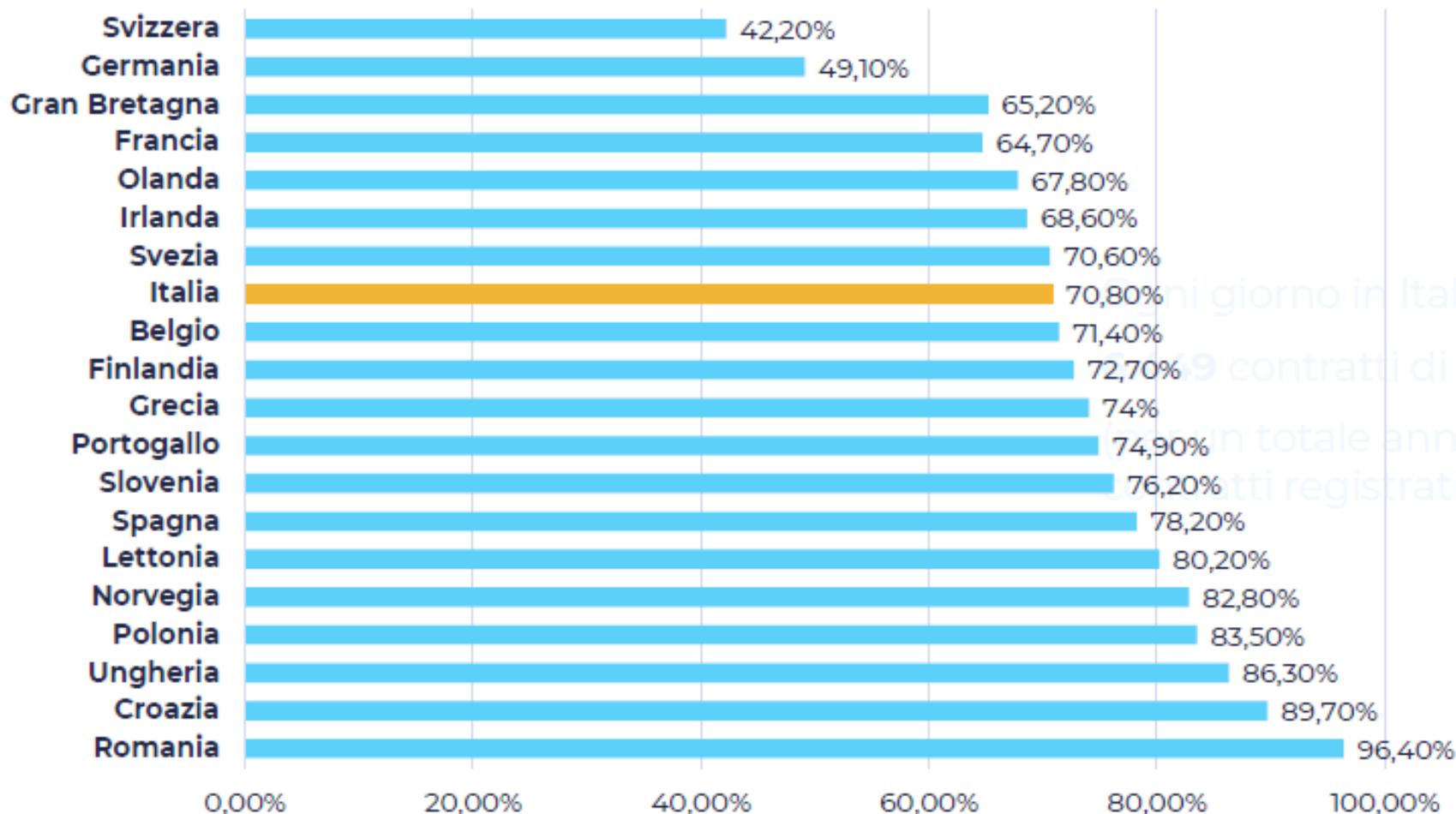
Il mercato degli affitti **continua a crescere da 30 anni in maniera costante**, senza scossoni.

Quanti sono gli immobili locati in Italia?



Fonte: Agenzia delle Entrate

Sempre più italiani scelgono l'affitto



In 10 anni la percentuale di italiani proprietari della casa in cui vivono è scesa dall'80% al 70,8%.

Il boom delle richieste



Le richieste di case in affitto sono letteralmente **esplose** a partire dal 2022: solo nell'ultimo anno sono aumentate del **229%**.

Questo **trend è destinato a confermarsi negli anni a venire**, oltre che per la maggior difficoltà ad accedere a mutui e ad acquistare casa, anche per la maggior propensione delle giovani generazioni a scegliere l'affitto come soluzione abitativa.

Comprare per mettere a reddito

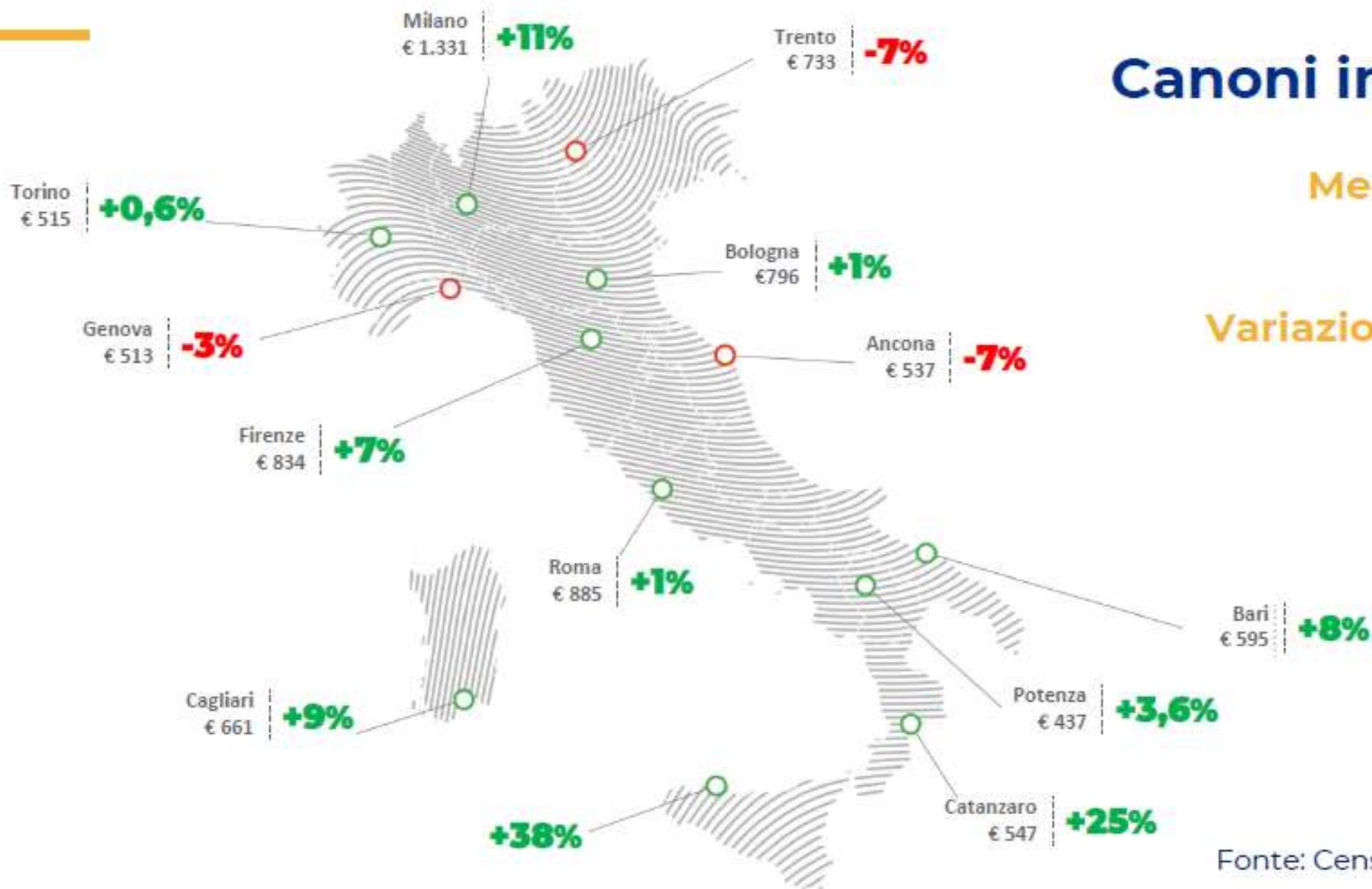


+38%

le compravendite di immobili da mettere a reddito

Allo stesso tempo **volano le compravendite di immobili da mettere a reddito**: le compravendite come forma di investimento sono aumentate del **38%** e rappresentano oggi il **40% delle compravendite totali**.

Il mercato degli affitti è il mercato immobiliare del futuro



Canoni in crescita:

Media città 2023

718 €

Variazione rispetto al 2022

+ 16,2%

Fonte: Censis

Il mercato degli affitti garantisce un business scalabile



10 anni

Tempo medio in cui un immobile viene «tenuto a reddito»



2 anni

Durata media di un contratto di locazione

L'affitto è un affare immobiliare «ricorrente»:

scegliendo il business degli affitti, ogni volta che acquisirai un nuovo cliente ti sarai garantito, fra commissioni per l'affitto e servizi venduti, una **rendita ricorrente almeno per i prossimi 10 anni.**

Quanto è alto il rischio che l'INQUILINO NON ONORI il suo impegno?



1 inquilino su 2

lascia l'immobile
senza aver pagato
l'affitto.



62%

degli inquilini
paga l'affitto
in ritardo.



+39.000

gli sfratti per
morosità emessi
nell'ultimo anno.
107 sfratti al giorno

Quanto può costare un INQUILINO CHE NON PAGA l'affitto?



2.500 €

L'esborso medio in **spese legali** per l'azione di sfratto e per l'ingiunzione di pagamento.

+



9 mesi
senza affitto

Il numero medio di **mensilità perse** in caso di sfratto per morosità.

=

Dai 7.000 ai 15.000 €

Il **costo totale** per il proprietario di un inquilino moroso.

+

Lo **stress** di dover sollecitare l'inquilino in ritardo con i pagamenti.

+

La necessità di trovare un **avvocato** da incaricare dell'azione di sfratto.

+

La **tensione** di dover affrontare lunghe azioni legali.

Con SoloAffittiPAY

Il proprietario riceve il canone il 15 di ogni mese, sempre!

Può contare su una rendita sicura e continuativa, vedrà accreditato il canone ogni mese direttamente da SoloAffitti.



Mai più canoni in ritardo.



Pagamenti sicuri ogni mese.



Nessuna spesa legale.



Rendita continuativa.

GRAZIE!



Gustavo Gallinacci



gustavo.gallinacci@soloaffitti.it



393 9730529





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



GASPARE NEGLIA

idealista



Gaspare Neglia – Sales Enablement Specialist Training

L'agenzia immobiliare del futuro: competenza e credibilità

Si fa presto a dire...competenza!

Esistono competenze e...competenze

Cos'è davvero la competenza?



Esistono competenze e...competenze

Competenza...si, ma quale?

Competenze adattive

Le competenze adattive riguardano la predisposizione di una persona ad affrontare



CARTA DEI SERVIZI
PER I CLIENTI

PROFESSIONISTI DEL SETTORE

Vengono messi a disposizione del network i riferimenti di affermati professionisti del settore immobiliare, in grado di consigliare le migliori soluzioni per risolvere le pratiche più complesse: **Commercialista, Avvocato, Notaio, Ingegnere e Architetto.**

Tanti servizi per le tue esigenze

Non ci accontentiamo di aiutarti a trovare la casa dei tuoi sogni, ma mettiamo a tua completa disposizione la nostra struttura tecnica per sapere sin da subito tutti i costi accessori come il trasloco, l'imbiancatura o anche la ristrutturazione completa della tua nuova casa.

Non solo, i nostri esperti saranno in grado di assisterti anche nello scoprire tutte le potenzialità del tuo immobile, effettuando indagini urbanistiche e studi di fattibilità.



Esistono competenze e...competenze

Competenza...si, ma quale?

Competenze tecniche

Le competenze tecniche sono legate a un particolare ambiente lavorativo e derivano da una formazione specifica per un determinato ruolo.

WEBINAR IMMOBILIARE | IL COMMERCIALISTA: approfondimento fiscale

WEBINAR IMMOBILIARE | ARCHITETTO: Aggiornamenti Tecnici

sul

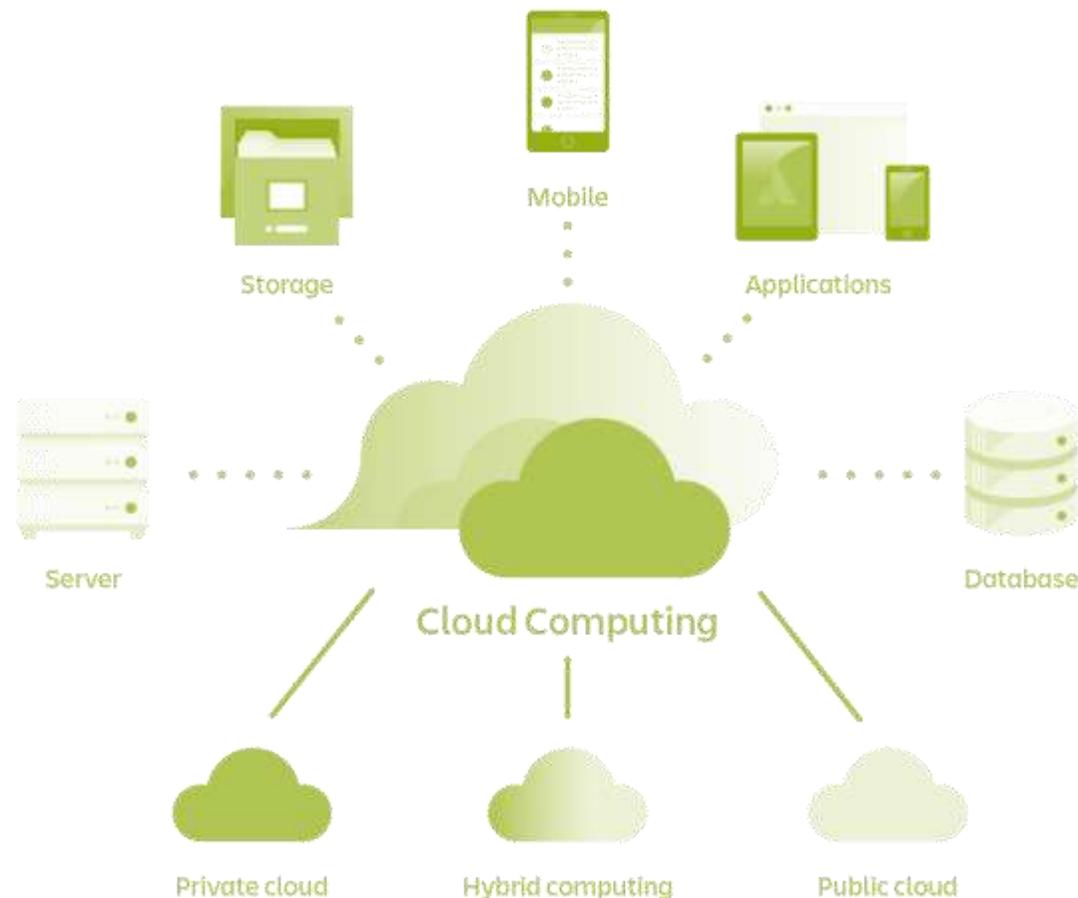
L'IMMOBILIARE.COM in collaborazione con l'Arch. Matteo Vischioni ha organizzato questo Webinar per Agenti immobiliari.

Esistono competenze e...competenze

Competenza...si, ma quale?

Competenze trasferibili

Le competenze trasferibili sono quelle abilità e conoscenze che, apprese durante lo svolgimento del proprio lavoro, possono trovare applicazione anche in altri contesti lavorativi.



Esistono competenze e...competenze

Come accrescere la competenza?



Esistono competenze e...competenze



Credibilità

Cos'è davvero la credibilità?

Primo pilastro della credibilità: conoscenza e competenza

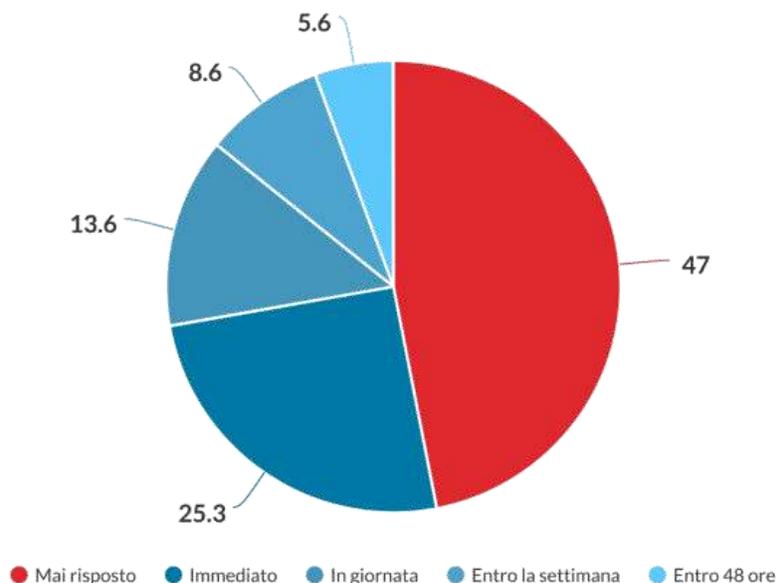


Cos' è davvero la credibilità?

Secondo pilastro della credibilità: comunanza dei valori

È la credibilità che assegniamo alle persone che incarnano quei **modi ideali di agire (e quindi di essere)** a cui guardiamo positivamente, **che reputiamo desiderabili.**

Tempi di risposta alla richiesta del venditore



ha espressamente detto che tra i servizi proposti è prevista una due diligence preventiva sull'immobile

Cos' è davvero la credibilità?

Terzo pilastro della credibilità: affettività

La terza radice della credibilità è costituita dall'attaccamento e dall'affettività. **Siamo portati cioè a dare più credito alle persone "simpatiche" e verso le quali nutriamo un sentimento positivo** rispetto a chi ci è antipatico e da cui ci sentiamo istintivamente respinti.



Che ruolo dovrà avere l'agente immobiliare nel futuro?

Ripensare la figura dell'agente immobiliare

La Storia Infinita del mercato immobiliare

Protagonista

L'evento scatenante



Il lieto fine

...l'eroe sei **tu!**

idealista

+

 casa.it

Grazie!



Gaspare Neglia
gneglia@dealista.it



ANGELO SEMERANO

Gestim[®]





Il più importante CRM immobiliare in Italia

Utilizzato dalle migliori agenzie e dai principali network

Oltre 2.500 agenzie e 19.000 utenti hanno scelto Gestim



9 MAGGIO 2025

SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP)

e poi in tour per l'Italia

TREVISO – MILANO – TORINO

GENOVA – FIRENZE – BOLOGNA

ROMA – BARI – NAPOLI

PALERMO – CAGLIARI

MAY

THE **9**

BE WITH YOU

Gestim



PATRICK ALBERTENGO

SobeBox
AFFIDARSI A UN' AGENZIA CONVIENE



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi



SoveBox

AFFIDARSI A UN'AGENZIA CONVIENE



Per i vostri clienti le case... non sono "SOLO CASE"



Le vostre opportunità
~~Le vostre mansioni~~
**finiscono davvero al
rogito?**





80%

**del vostro business, delle
vostre acquisizioni... si basa su
passaparola positivo...**

Cosa fate voi oggi...
attivamente... per trasformare i
vostri clienti in **appassionati
sostenitori?**



La *casa* che diventa **CASA**

L'opportunità perfetta per trasformare un rapporto professionale **in un legame profondo e duraturo...**



30.000€

la spesa media in arredi, prodotti e servizi.

7 anni

Il tempo medio di permanenza in un immobile.



SobeBox

AFFIDARSI A UN'AGENZIA CONVIENE

La vostra piattaforma di Benefit,
sconti e convenzioni, tutte dedicate
alla casa, riservata **esclusivamente**
ai migliori clienti della vostra
agenzia.





La più grande opportunità di relazione di sempre...



Una piattaforma di benefit **dedicata a chi si affida a voi.**



Decine di sconti tra cui scegliere per la loro casa.



Il tuo Brand sempre impresso per esigenze e segnalazioni.



Uno strumento incredibile per **generare nuovi contatti.**



Acquirenti



Venditori



Contatti

Non solo Acquirenti

Ogni vostro cliente, ogni vostro contatto... può trasformarsi nel vostro **più affezionato sostenitore** e distinguervi da chi dedica loro meno attenzione.



Grazie! Siete i migliori!



Regalate l'accesso alla vostra
piattaforma di Benefit **a 30 vostri
clienti entro sera** e potete esserne
certi, **questo sarà quello che
penseranno e diranno di voi.**

pro.sobebox.it





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA





RIUNIONE online ITALIA

22 GENNAIO 2025





Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

STARE INSIEME
FA LA DIFFERENZA

LICOM DAY

05.12.24
NAPOLI

HOTEL NH NAPOLI
PANORAMA



Grazie





***BUON PRANZO
AUGURI A TUTTI !!!***

**Immobiliare**
.com
Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi

RE 4
COM
REAL ESTATE FOR COMPANY

**Immobiliare**
.com
Dal 1965 il marchio della Famiglia Grimaldi