

26 Aprile 2016

## **Agenti immobiliari, «ecco la frase da non pronunciare mai»**

Seminario della Fimaa Ascom con l'esperto di negoziazione e comunicazione competitiva, Emanuele Maria Sacchi, che ci svela alcuni segreti. I partecipanti: «Cambia la visione della professione, da venditori a consulenti»



La formazione degli agenti immobiliari Fimaa Ascom di Bergamo passa anche attraverso l'incontro con uno dei più apprezzati esperti internazionali di leadership, negoziazione e comunicazione competitiva, [Emanuele Maria Sacchi](#), che ha tenuto il primo dei due incontri programma dall'associazione venerdì 22 aprile nella sede Ascom di via Borgo Palazzo.

Sacchi collabora con aziende di 18 diversi Paesi ed è "best trainer" di importanti multinazionali, molte delle quali sono inserite nella top 500 a livello mondiale. Grazie ai risultati ottenuti dai suoi clienti è stato inoltre l'unico italiano invitato come key speaker al Forum Mondiale della Negoziazione. Il secondo appuntamento con lui all'Ascom di Bergamo sarà il 22 maggio.

### **Venditori si nasce o si può anche "studiare" da venditori?**

«Un po' di predisposizione fa sempre comodo, ma oggi si può parlare di una scienza della vendita a tutti gli effetti. Conosciamo le best practice dei migliori venditori al mondo, che hanno scritto libri e fondato scuole, conosciamo anche le otto obiezioni principali dei clienti e abbiamo imparato le risposte. Il fatto è che si ascoltano gli esperti, si partecipa ai

seminari ma alla fine non si applicano mai i principi che vengono trasmessi. Perché cambiare non è naturale, è uno sforzo ed è difficile da compiere. Occorre capire che cambiano si valorizza sé stessi e dopo, sì, diventa naturale».

### **Un consiglio sempre valido?**

«È il più semplice, valutare tutto ciò che fa la concorrenza – web, vetrine, brochure – e poi fare qualcosa di diverso, altrimenti ciò che vince è solo il prezzo. Sono solo tre i casi in cui si può essere competitivi sul mercato: o si è leader e i clienti fanno la fila per avere i nostri prodotti e servizi, o si hanno i prezzi più bassi, o si adotta una strategia per distinguersi. Quale? C'è un agriturismo sul lago di Garda, ad esempio, con servizi pensati per i cani, quello per i gatti, ma ci sono anche case vacanza per le famiglie numerose, si pensa raramente a quanto sia difficile trovare una sistemazione adatta per chi a dai tre figli in su...».



### **E l'errore da non commettere?**

«Parlare di sé anziché di ciò che può essere utile al potenziale cliente. È comunissimo. Tutti i siti, se ci pensiamo, sono impostati alla stessa maniera. Si rivolgono ad un pubblico ma intanto scrivono “chi siamo”, “dove siamo”, “cosa produciamo”, “noi”, invece di dire come possono essere utili e quali benefici può dare la collaborazione».

### **Nel settore immobiliare quale frase non bisognerebbe mai pronunciare?**

«Mentre si sta mostrando un appartamento chiedere “cosa ne pensa?”. È molto più efficace domandare “cosa le è piaciuto di più?”, in questo modo è il cliente stesso ad evidenziare gli aspetti positivi di un immobile ed ha molto più valore. Se è l'agente ad illustrare i pregi l'effetto è praticamente zero».

### **Insomma partire dal cliente...**

«Ognuno vede le cose in maniera diversa, soggettiva. Un buon agente immobiliare deve voler sapere cosa è “bello” per il suo cliente. Si passa dal concetto di esigenza, ossia superficie, quanti locali, posizione, a quello di aspettativa. Una buona

domanda da fare in questo senso è “cosa si aspetta dal suo agente immobiliare di fiducia? “, vale a dire “come possiamo collaborare?”. Purtroppo non è un atteggiamento ancora diffuso».

### **Che ruolo hanno nella vendita e nella costruzione del rapporto con i clienti le nuove tecnologie di comunicazione?**

«Importante. Abbiamo perso tempo mostrando cose poco interessanti, annunci tutti uguali e con pochissima fantasia. Oggi c'è la possibilità di mostrare non solo di qualche fotografia dell'immobile ma di percorrerlo virtualmente, vedere ogni stanza e visitare anche la zona in cui è collocato. Il cliente è in pratica già stato in quella casa prima di decidere di andarla a vedere».

### **E i social network?**

«Sono utili nel momento in cui non li utilizziamo per parlare di noi ma lasciano spazio a chi è rimasto soddisfatto del nostro lavoro, i cosiddetti referral. Pensiamo a che effetto può avere un breve video nel quale un cliente dice che sono bravo...».

### **GLI AGENTI COSA NE PENSANO?**

Non vendita ma negoziazione. È lo scarto che propone il corso e gli agenti immobiliari presenti si dicono interessati al cambio di prospettiva. «È un seminario interessante e coinvolgente - evidenzia **Mafalda Fiumana** -. Confrontarsi con un esperto dà la volontà di progredire, insegna a tenere sempre più in considerazione le esigenze del cliente, ad entrare in empatia e soprattutto a fare in modo che il rapporto rimanga e che il cliente parli bene di noi. La visione della professione cambia radicalmente, da venditore a consulente ed è così che si possono fare davvero proposte mirate».

Anche **Ezio Pizzigalli** sottolinea l'importanza del rapporto interpersonale. «Ora che tutto viaggia tramite Internet ed e-mail si è un po' perso il contatto con le persone ma è un valore che va riscoperto e coltivato - afferma -. Il corso dà spunti importanti per proporsi come consulenti in maniera corretta e spontanea. Un atteggiamento che va oltre il mercato».

Per **Laura Feltri** l'approccio non è una novità. «Non abbiamo mai puntato esclusivamente alla vendita - rileva -, la negoziazione è sempre stato il nostro orizzonte e fa comunque piacere trovare nel confronto in aula la conferma che ciò che si sta facendo va nella giusta direzione». E non si tratta di una strategia da mettere in atto di fronte ad mercato immobiliare in difficoltà. «Vale sempre se si lavora su un territorio e si vuole andare a testa alta - sottolinea -. Case ce ne sono tantissime, la nostra filosofia è aiutare i clienti a trovare quella giusta».

In sala anche il presidente degli agenti immobiliari Fimaa di Cremona, **Paolo Feroldi**, arrivato conoscendo già il docente. «È un percorso che mi piace molto - dichiara -, che unisce teoria e pratica ed è molto propositivo. Di certo iniziative come queste fanno bene alla categoria. Nella nostra professione investire nella formazione è fondamentale, il rammarico è che purtroppo sono ancora troppo pochi a farlo».