



Milano, 16 Dicembre 2020 *diretta streaming*

In un mondo che cambia,
troviamo insieme la strada da percorrere.

La nostra indagine con Doxa sulla professione, sui clienti e sul mercato: scenari e prospettive

La nostra professione nel 2025? Riflessioni e strategie
per l'evoluzione del ruolo dell'agente

Vincenzo Albanese
Presidente FIMAA Milano Lodi Monza Brianza

Ricerca e innovazione



I tre pilastri dell'innovazione sono: formazione, tecnologia e **ricerca**.

Ricerca Doxa: partire dall'ascolto per formulare una strategia (visione) e un progetto che accompagni il cambiamento.

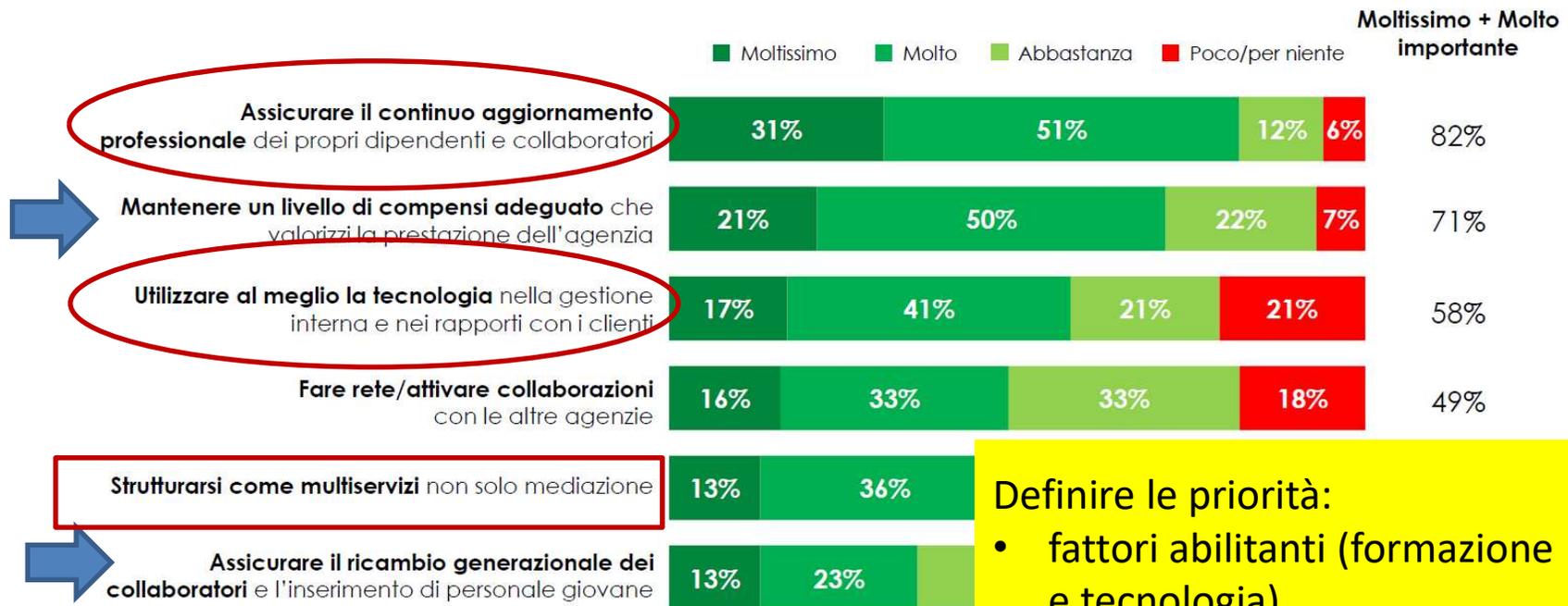
Questione di *visione*



E' necessario operare nel quotidiano, sfruttando tutti gli strumenti e le nuove modalità digitali, senza però perdere di vista la traiettoria evolutiva della professione, in una sorta di **visione «strabica» orientata al presente ma anche proiettata al futuro.**

La ricerca Doxa: criticità e priorità

Quanto ritiene importante che le agenzie immobiliari perseguano gli obiettivi che leggerà di seguito per migliorare la qualità del proprio servizio?



Definire le priorità:

- fattori abilitanti (formazione e tecnologia)
- effetto (mantenere compensi adeguati e assicurare ricambio generazionale)
- **La strategia è la priorità vera: chi/cosa saremo nel 2025?**

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Le agenzie del futuro: hub di servizi o boutique

In entrambi i casi: l'asset strategico si sposta dal prodotto al cliente.

Le agenzie come esistono oggi tra 10 anni non esisteranno più.

Quali scenari? Due **modelli ibridi** accomunati dalla centralità della **relazione** con il cliente, che non verrà disintermediata:

- **hub con servizi che coprono l'intera filiera** (concentrazione di diverse professioni, dimensione medio- grande)
- **real estate boutique** (forte identità, dimensione piccola)

In entrambi i modelli, i dati e la **tecnologia** rappresentano un nuovo strumento indispensabile; il servizio continuerà tuttavia a basarsi sulla relazione e sulla **fiducia del cliente**.



Specializzazione (hub di servizi) ma anche cura del servizio e della relazione con il cliente (boutique): ecco i due trend che si consolideranno

Tecnologia: verso la dematerializzazione della relazione con il cliente



L'incontro digitale:

- assicura **maggior tranquillità** al cliente
- richiede una **preparazione approfondita** per il venditore (definire una sorta di «copione»)
- garantisce l'**ottimizzazione dei tempi** del venditore
- Necessita un **nuovo linguaggio** (digitale, ma non solo)

Le esperienze dei mercati internazionali più avanzati ci mostrano che la tecnologia non porta alla disintermediazione della nostra professione ma alla «concentrazione» in team.

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Tecnologia, formazione tecnica ma non solo ...

Con il digitale, la formazione può essere perseguita dai singoli professionisti. La tecnologia e la ricerca tuttavia richiedono investimenti e visioni che solo i tema **medio- grandi** potranno garantire.

La formazione come uno dei pilastri dell'innovazione: ma quale formazione?



Formazione e tecnologia come strumenti imprescindibili e abilitanti per innalzare il livello del servizio: ma è necessario andare oltre...

Non solo tecnologia ma un nuovo linguaggio

La relazione con il cliente a «distanza di sicurezza» cambierà il nostro modo di lavorare, togliendo «spontaneità» alla comunicazione.

Il 93% della **comunicazione tradizionale è di tipo *non verbale***: più che «cosa dico» è importante «come lo dico».

Saranno necessari nuovi approcci per entrare in empatia con il cliente, per gestire le emozioni e comprendere una nuova **prossemica**: imparare a comprendere «chi sta dietro lo schermo».



Nuovi strumenti e nuovi linguaggi: la relazione con il cliente non è fatta solo di nozioni ma anche di emozioni che è necessario cogliere e interpretare.

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Professione: fase temporanea o svolta radicale?



Sta a tutti noi tradurre gli stimoli del mercato in nuove strategie e soprattutto farle atterrare quotidianamente nel nostro lavoro per trasformarlo completamente oppure no...

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

grazie per l'attenzione

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.