

AGENZIE IMMOBILIARI

# Come acquisire online decine di immobili ogni mese?

---



Thomas Poli

Digital Marketing



## Capitoli

1. L'autore
2. Lo scenario
3. L'acquisizione online
4. Il Posizionamento
5. La "Big idea"
6. Marketing Storyboard
7. Offerta
8. Conclusioni

---

## L'autore

Mi chiamo **Thomas Poli**, e da oltre 18 anni mi occupo di **Marketing Digitale**.

**"Aiuto Imprenditori e Professionisti  
a trovare la propria strategia  
di Marketing digitale  
per incrementare *contatti e vendite*."**



**THOMAS POLI**  
DIGITAL MARKETING



Negli ultimi 4 anni ho collaborato con **oltre 50 agenzie immobiliari** aiutandole nell'**acquisire immobili** grazie a strategie di Marketing Digitale mirate.

## I miei riferimenti

Sito web: [www.thomaspoli.net](http://www.thomaspoli.net)

Facebook: [www.facebook.com/thomaspolidigitalmarketing](https://www.facebook.com/thomaspolidigitalmarketing)

LinkedIn: [www.linkedin.com/in/thomaspolidigitalmarketing/](https://www.linkedin.com/in/thomaspolidigitalmarketing/)

Instagram: [www.instagram.com/thomaspolidigitalmarketing/](https://www.instagram.com/thomaspolidigitalmarketing/)

## Lo scenario

Avendo la fortuna di collaborare con una **Web Agency** a livello nazionale che ha esperienza e clienti nel settore immobiliare, negli ultimi 4 anni ho avuto l'opportunità di parlare con centinaia di agenti e consulenti immobiliari fra Modena, Bologna e Reggio Emilia.

Ebbene grazie a questa esperienza ho potuto constatare che oggi una delle maggiori esigenze che hanno le agenzie è quella di **acquisire immobili**, possibilmente **a prezzo**.  
Ti trovi?

### Perché?

Prima di tutto perché **la vera vendita nel settore immobiliare è l'acquisizione** dell'incarico, quindi è l'attività più complessa (un immobile al giusto prezzo infatti si vende bene e in poco tempo).

E in secondo luogo perché **“fare zona”** (suonare i campanelli) o **telefonate a freddo** sono metodi che fanno parte del passato e funzionano sempre meno.

Purtroppo i tempi sono cambiati da quando avevi la fila fuori dall'agenzia e non dovevi fare nulla per acquisire incarichi, ora dopo la crisi del 2008 e il Covid 19, **acquisire** è un'attività sempre più complessa.

**E il passaparola e le referenze non bastano più**, vero?

**Quindi come fare? Te lo spiego nel prossimo capitolo!**

## L'acquisizione online

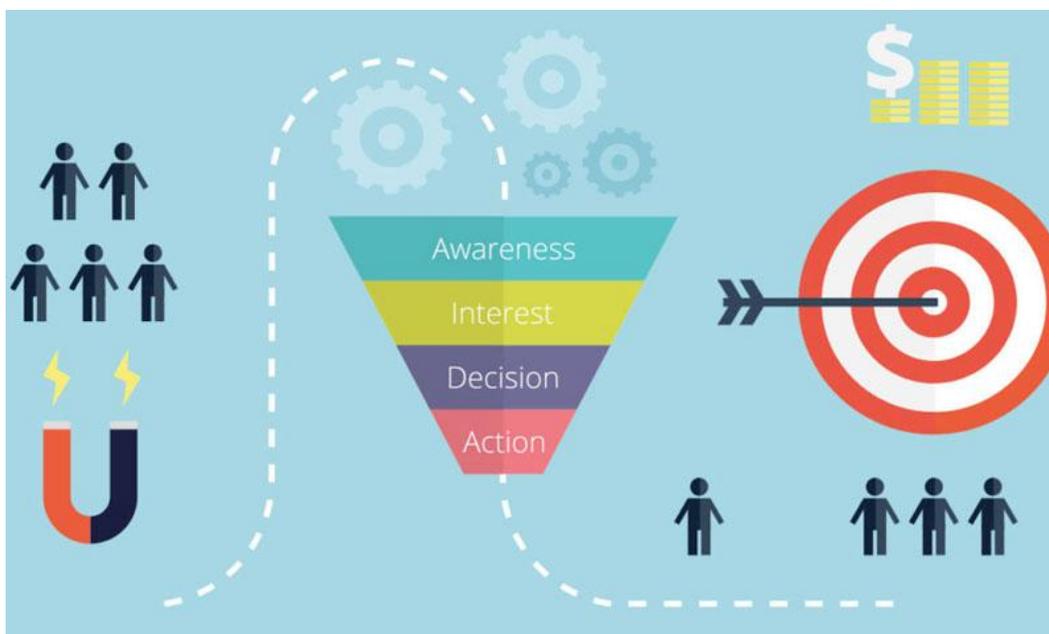
**Se vuoi immobili che tu sai vendere bene**, a prezzo e in esclusiva, devi dotarti di una **strategia online**, di una macchina automatica che lavora 24 ore al giorno, anche quando tu dormi. E che cerca immobili in target per te!

Questa specifica strategia, ne avrai già sentito parlare, si chiama **“Funnel di Marketing”**, ed è un sistema automatizzato che funziona molto bene anche per le Agenzie Immobiliari, per acquisire immobili.

A livello pratico si tratta di una serie di pagine web in sequenza che l'utente dovrà percorrere prima di lasciarci i propri dati per essere ricontattato.

In questo modo verrà “educato” dai tuoi contenuti di marketing e non sarà un contatto “freddo” ma più predisposto al dialogo con te e in target con la tua proposta.

Per progettare un funnel orientato all'acquisizione di contatti intenzionati a vendere casa, devi partire dall'individuazione del tuo pubblico target e dalla costruzione di un messaggio che filtri, con la massima precisione possibile, tutti gli utenti non in linea con la ricerca.





Si parte sempre dal **PRE-FUNNEL**, che è la parte di analisi strategica di Marketing:

- **come intendi posizionarti** - cioè comunicare - nel tuo mercato di riferimento,
- **l'analisi della concorrenza** e del cliente ideale (che target di clienti e immobili vuoi acquisire),
- **l'invenzione di una big idea** - ossia di una leva emozionale che porti traffico in target dentro il tuo funnel,
- **la creazione del corretto story-board** - ossia come strutturare il copy e i contenuti in tutti i testi e i video - e per l'ultimo il confezionamento dell'offerta.
- Quali che siano gli elementi che utilizzerai, siano essi video, blog, ebook, mail marketing, facebook ads, landing page, etc., il raggiungimento o meno degli obiettivi, come anche il raggiungimento dell'audience corretta, dipende per un buon 80% dal lavoro che si fa sul posizionamento e dalle altre parti della strategia.

È molto importante dunque soffermarsi accuratamente su questi aspetti, anzitutto sulle obiezioni ricorrenti dei tuoi potenziali clienti.

**Quindi il primo lavoro che un bravo consulente marketing deve fare assieme all'agente è il corretto posizionamento attraverso una dettagliata intervista.**



## Il Posizionamento

**Individua il TUO Cliente Ideale**, e in particolare:

I suoi obiettivi e valori;

Le sue sfide e i punti di dolore;

Le sue fonti di informazione;

Cosa potrebbe aiutarlo (esca);

I dati socio demografici: sesso, Età, lavoro, Interessi, Posizione Geo, Varie.

### **Analizza il Concorrente**

Per ogni concorrente, il Traffico e le Fonti di Traffico;

La presenza (siti, Facebook, manifesti, giornali, ecc.);

Il suo Funnel (se ce l'ha);

Il modo in cui comunica (che dobbiamo conoscere molto bene, dato che vogliamo comunicare nella maniera opposta).

### **Determina chi sei tu**, cioè:

Chi sei e cosa succede con il tuo servizio?

Cosa fai di diverso rispetto agli altri?

Cosa succede se una persona non viene da te?

Qual è il tuo stile? (ad esempio, quando comunichi sei uno da giacca e cravatta o ti senti più a tuo agio vestito informale?)



## La Big Idea

È forse l'unica parte veramente **creativa** del funnel, ma può emergere più facilmente se pensi a come...

### **Fare una promessa credibile e che comunichi risultati tangibili.**

Fare un messaggio **unico, differente e originale** a ciò che il prospect ha già visto prima (che conosciamo dall'analisi dei competitor fatta per il posizionamento).

Ad esempio:

- Reinventare il nome della propria professione o del proprio tipo di attività;
- Creare un messaggio specifico concreto e tangibile (dare dei numeri, dei risultati);
- Inventare una formula che sia intuibile e incuriosisca a saperne di più.

Un esempio pratico di Big Idea:

***“Scopri come vendere casa tua in 90 giorni (e senza ribassi), grazie al metodo VendiFacile!”***



## Marketing Storyboard

Prima si divide il tuo cliente ideale (che già conosciamo dal posizionamento) in 5 macroaree:

- **consapevoli del problema, della soluzione, del tuo servizio;**
- **non consapevoli del problema;**
- **più consapevoli** (che cioè ne sanno quasi come te, molto rari).

**A partire dai non consapevoli (che sono la maggior parte), si elencano tutte le possibili obiezioni che un cliente potrebbe fare per ognuna di queste macroaree.**

Sono le stesse obiezioni che un potenziale cliente potrebbe farti DI PERSONA prima di affidarti il suo immobile, quindi bisogna cercare di anticiparle tutte e trascriverle nel funnel. In questo modo il prospect acquisterà fiducia e si metterà in contatto con te.

Quando hai finito, si dà un ordine logico alle accoppiate obiezioni-risposte, mettendole in linea.

**Complimenti, hai ottenuto uno storyboard!**

Hai creato la struttura non solo per le pagine del Funnel, ma persino per i tuoi video (anche intervista), per il tuo e-book, per il tuo disco di vendita, per la scelta degli argomenti del tuo blog, dei post della pagina Facebook, delle tue mail, che saranno approfondimenti di queste idee.

## Offerta

Solo quando hai completato tutto questo, **comunichiamo la nostra offerta**.

È fondamentale fare un'offerta anziché vendere semplicemente il proprio servizio. Questo perché la gente tendenzialmente compra offerte, occasioni, opportunità uniche, pacchetti.

Se non **confezioniamo una bella offerta**, la gente comprerà solo ed esclusivamente il prezzo. E allora, tutto questo lavoro sarà stato inutile. Ricadere nella guerra dei prezzi non è mai una buona cosa...

**Quindi, per fare un'offerta dobbiamo inserire, nell'ordine:**

- **La trasformazione:** dovrai ribadire come la vita del tuo cliente cambierà, riprendendo la leva emozionale della BIG IDEA;
- **Utilizza un'immagine che renda bene l'idea;**
- **Descrivi esattamente cosa il cliente riceve** comprando il tuo servizio, e fallo come se stessi parlando a un bambino di 8 anni o un ultranovantenne;
- **Spiega per chi NON è:** allontani le persone non in target e soprattutto avvicini quelle in target. Spiega per chi invece È;
- **Banalizza il prezzo:** rendi chiaro quanto costerebbero i singoli servizi/prodotti che compongono la tua offerta rendendo chiaro quanto lo vanno invece a pagare acquistando il pacchetto completo. Oppure rendi chiaro quanto a loro costerebbe di più – non per forza in termini di soldi – a non comprarlo.

- **Spiega bene le eventuali condizioni di pagamento:** tempistiche, scadenze, regole...
- **Infine i bonus,** massimo 2 o 3: prendere una parte di quello che in realtà sarebbe già incluso nell'offerta e farla apparire come un bonus, cioè qualcosa che aggiunga valore al pacchetto (e-book, video gratuiti ecc.).
- **Bonus esterno:** fare al cliente un effettivo regalo, a tue spese (ad esempio valutazione immobile, certificato APE gratuito).
- **Inversione del rischio:** fornire una garanzia al cliente che non lo faccia temere. Soddisfatti o rimborsati, o garanzie sul risultato, ecc.
- **Fai una "Chiamata all'azione"** affiancandola all'**urgenza** e alla **scarsità** (valida solo fino al, oppure solo alle prima 50 richieste).

**Fatto lo storyboard e l'offerta il nostro funnel è quasi pronto, il più è stato fatto!**

Ora basta trascrivere il tutto in una bella **landing page** (pagina di atterraggio) e sponsorizzare la tua offerta tramite post (principalmente su Facebook), e aspettare che arrivino le prime richieste!



## Conclusioni

Costruire un **Funnel** è un'attività lunga e complessa che necessita di svariate competenze, oltre a quelle di marketing e branding infatti è necessario anche un'ottima conoscenza di strumenti e piattaforme web, per realizzare le pagine e raccogliere i lead.

Quindi se non hai ancora le competenze e non utilizzi ancora questi strumenti, o partecipi a costosi corsi di formazione (ma il problema è che sei da solo), oppure ti fai aiutare da un Professionista o da un'agenzia di Marketing!

**Se ti interessa saperne di più, richiedi una consulenza gratuita cliccando qui sotto!**

**[Come impostare la tua letale strategia di marketing Digitale e acquisire immobili ogni mese!](#)**

