

Come vendere casa meglio e presto nel 2017



Giuseppe Piovano
Consulente di casa

Tutti i diritti sono riservati .

Senza l'autorizzazione dell'autore questo ebook e i contenuti non possono essere utilizzati in nessun altro modo.

Cominciamo

Innanzitutto, voglio rassicurarti. Il titolo di questo Ebook rappresenta molto di più di un semplice modo per incuriosirti. E' infatti una vera e propria promessa. E a me piace mantenere le promesse che faccio.

Quindi, il titolo di questo Ebook è anche lo scopo che mi sono prefissato: svelarti come è possibile – nel complesso mercato del 2017 – aumentare notevolmente le probabilità di vendere casa privatamente.

Te lo anticipo: niente trucchetti o ingredienti magici, solo alcuni passi che, se li applicherai, ti porteranno ad aumentare di molto le probabilità di vendita.

Un'altra particolarità del modello che sto per presentarti (nel caso pensassi che la tua è una situazione diversa):

non esiste zona, città, unità immobiliare differente: da nord a sud, da est a ovest e per tutta la penisola italiana questo modello funziona. Ma tu, per farlo funzionare, devi applicarlo.

Alcuni professionisti lo applicano già, coscientemente, mentre altri no e anzi, non ne hanno mai sentito parlare. Ma tutti i professionisti di successo, nessuno escluso, lo applica.

Ma partiamo dall'inizio!

Devi sapere che grazie all'esperienza della mia vita professionale ho riscontrato che le risposte giuste arrivassero solo in seguito alle domande giuste.

Se assumiamo che questo sia vero – e lo è - allora tutto ciò che dovrai fare per vendere la tua casa sarà porti le domande giuste. Le risposte, come vedrai, saranno la naturale conseguenza.

Bene. Sulla base di ciò, voglio iniziare questo Ebook facendoti una domanda piuttosto scomoda.

Ma, ti assicuro, in questo caso è quella davvero "giusta".

Cosa differenzia una casa che si vende appena messa sul mercato da una che non si vende?

E' vero. Te l'ho buttata lì come se nulla fosse ma è una domanda davvero scomoda. Però è fondamentale!

Infatti, se capisci cosa differenzia una casa che si vende subito da una che non si vende, potrai capire su quali aspetti la tua offerta è carente, e potrai porvi rimedio.

La differenza , come vedremo nel resto dell'Ebook, si chiama "modello di presentazione specifico" .

E l'unica cosa che ti separa dal possederne uno è crearlo. Perché una cosa è sempre vera:

"Le stesse azioni portano agli stessi risultati."

Nel tuo caso, continuare a fare la stessa offerta, porterà il tuo annuncio all'esatto risultato nel quale è adesso.

Se il tuo annuncio ti sta portando richieste di privati interessanti, stai compiendo le azioni giuste. Magari potrebbero esserci alcuni aspetti migliorabili – ci sono sempre – ma tutto sommato stai procedendo nella direzione giusta.

Se, invece, il tuo annuncio non porta contatti oppure solo richieste con forti ribassi di prezzo, forse sarebbe il caso di cambiare qualcosa nella tua strategia.

Se cambierai strategia, seguendo ad esempio le orme di chi ha già avuto successo, oppure rivolgendoti a qualche consulente che sappia indicarti la strada da percorrere o rispondere ad alcune delle domande che ti poni quotidianamente, potrai raggiungerlo tu stesso.

Ma torniamo a noi:

“Qual è quell’ingrediente segreto che i venditori privati ignorano mentre i professionisti specializzati utilizzano per vendere veloce e bene gli immobili”?

E’ chiaro che ci sia qualcosa che i professionisti di successo mettono in pratica mentre ad altri sfugge e continua a sfuggire.

Io sono arrivato a questa conclusione: i professionisti di successo hanno un modello di vendita. Gli altri no.

Ti assicuro che il motivo del successo di alcuni e dell’insuccesso di altri è tutto qui.

Attenzione che non sto addossandoti la colpa.

Se, hai deciso di vendere casa privatamente e non va benissimo probabilmente compi alcuni errori che potresti facilmente evitare.

Ma soprattutto, se al tuo annuncio non rispondono le persone giuste, c’è qualcosa che nella tua strategia manca.

Ma comunque, qualsiasi sia la tua condizione attuale, se stai leggendo queste righe è perché sei interessato a migliorarla, e questo è tutto a tuo vantaggio.

Nel resto dell’ebook mi piacerebbe mostrarti proprio il metodo per farlo. Qualcosa è cambiato, qualcosa deve cambiare.

Secondo i dati forniti dall'Istat, infatti, a fine 2013 il prezzo delle abitazioni esistenti ha registrato un calo del 12,02% rispetto al 2010.

Il patrimonio immobiliare residenziale, il maggiore investimento delle famiglie italiane per diffusione e capitale impegnato, sta costantemente perdendo valore, a una media del 4% l'anno. Sono dati catastrofici!

La colpa è sicuramente della crisi e dello sfortunatissimo periodo economico nel quale siamo finiti, questo non lo nego e anzi, sarebbe sciocco negarlo.

Infatti è proprio dopo il biennio 2007-2008 che la situazione è diventata preoccupante: sempre più piccoli proprietari immobiliari continuano a vedere il loro patrimonio disperdersi nel nulla.

Insomma, è davvero un massacro!

Ma ciò che ho notato io analizzando il settore immobiliare sia da osservatore esterno che da interno, (grazie alla mia professione) è che la maggior parte degli immobili facenti parte della statistica che ti ho mostrato, NON sono stati messi in vendita con un modello di vendita efficace.

Del resto, come è possibile anche solo pensare di ottenere risultati diversi facendo sempre le stesse cose di sempre che fanno tutti? **La parola d'ordine, d'ora in avanti, deve essere una sola: cambiare il modo di vendere casa.**

Ma, prima di cambiare, devi capire cos'è cambiato. Devi capire come funziona il mercato immobiliare nel mondo del 2017, e come si evolverà nel futuro più prossimo (sappi che le informazioni che troverai in questo ebook per tanti sono avveniristiche, ma in realtà sono già parte della vita di tutti i giorni).

Quindi partiamo dalla prima domanda: come funziona il mercato immobiliare nel 2017?

Per tracciare un quadro abbastanza completo di come funziona devi conoscere 4 consapevolezze fondamentali.

Perché dal periodo pre-crisi ad oggi tante cose sono cambiate, e tante ancora ne cambieranno, ma queste 4 sono le più importanti.

Nelle prossime righe te le illustrerò una per una, partendo dalla prima.

Consapevolezza N°1 — La gente non acquista più casa per fare un investimento.

Se vuoi capire come proporre il tuo immobile, devi prima mandare giù questa dura verità: la gente non acquista più per fare un investimento.

Lascia che ti spieghi meglio cosa intendo.

Le persone cambiano casa per comprare un'emozione, non dei mattoni.

Quando si tratta di cambiare casa, il valore del mattone è uno degli ultimi parametri che le persone valutano.

Perché quando una persona sceglie una casa dove passare gran parte della propria vita futura, difficilmente lo fa basandosi su motivazioni realmente RAZIONALI.

Non sceglie su base logica, ma su base puramente emotiva.

- Magari la persona sceglie una casa di prestigio perché in realtà acquista l'essere "invidiato" dai propri amici perché si può permettere una casa lussuosa, in sostanza acquista "ammirazione" .
- Magari la persona sceglie una casa con una mansarda perché in realtà acquista l'essere amato dai propri figli perché un domani potranno vivere in un loro spazio autonomo.

E questo è sempre valido, per qualunque acquisto, salvo rare eccezioni. Tieni presente che le uniche volte in cui questo non è valido è quando l'acquisto è di genere impulsivo, magari dettato da una situazione di fretta, di urgenza o di scarsità di alternative.

In tutti gli altri casi, le persone NON acquistano basandosi su motivazioni logiche.

Sai cosa voglio arrivare a dirti?

Che le persone acquistano l'emozione associata alla casa e NON la casa stessa!

Cioè: le persone acquistano per ragioni emotive, e non razionali.

Le persone scelgono di cambiare casa per acquistare rispetto, invidia, originalità, riconoscimento sociale e i motivi più razionali come mangiare, dormire e rilassarsi vengono solo dopo.

Praticamente MAI una persona sceglie una casa piuttosto che un altro perché quella casa è DAVVERO più funzionale.

Una persona sceglie un certo tipo di casa perché “va di moda”, perché “ce l’hanno tutti” o perché – al contrario – è una casa informale e questa persona vuole che gli venga attribuito lo status di “originale”.

Una persona sceglie di vedere quella casa perché si trova in una posizione frequentata da ricconi snob e anche questa persona vuole sentirsi parte di quella fetta di società.

O ancora perché è una persona legata alle proprie tradizioni, molto “di sostanza”, e allora sceglie una casa senza troppi fronzoli, per confermare a se stesso che lui è fatto così.

Le persone cambiano casa perché vogliono acquistare lo status che l’abitare in quella casa conferisce loro, la funzionalità viene sempre dopo.

Ma ti starai domandando: “Tutto questo significa forse che l’abitabilità della casa stessa è un fattore non importante?”

Assolutamente no, anzi!

Infatti, se è vero che le persone acquistano per ragioni esclusivamente emotive, è altrettanto vero che le persone utilizzano argomentazioni razionali per giustificare i loro acquisti emotivi!

Te lo ripeto perché questo passaggio è fondamentale:

Le persone utilizzano argomentazioni razionali per giustificare i loro acquisti emotivi!

Infatti, per quanto ora tu sia consapevole del fatto che le persone si soffermeranno sul tuo annuncio per acquistare una emozione, devi essere altrettanto consapevole che non lo ammetteranno mai.

Ti contatteranno per acquistare la “ragione emotiva” con la quale sono stati attirati e, se questa verrà mantenuta, allora giustificheranno la loro scelta con argomentazioni razionali (come la qualità delle finiture, la metratura, l’abitabilità, “che luminosità offrono quei finestroni sul salone”).

Con questo voglio dirti che non puoi camuffare la casa per creare emozione, perché le persone si accorgono quando una casa è “tutto fumo e niente arrosto”.

Quindi smetti di pensare se è il caso ridipingere tutta la casa o tappezzarla di tappeti per nascondere le magagne e torna con i piedi per terra: inizia a pensare a quale emozione associata alla tua casa puoi vendere! Ma passiamo alla seconda consapevolezza.

Consapevolezza 2 — Non basta pensare a ribassare il prezzo.

Spesso riesco a leggere nella mente moltissimi dei miei clienti. Tranquillo, niente ipnosi o poteri paranormali, semplicemente un bel po' d'esperienza. Ti faccio un esempio per chiarirmi meglio.

Spesso chiedo ai miei clienti, durante la prima chiacchierata:

“Forniscimi un motivo valido per il quale un cliente dovrebbe soffermarsi sulla tua casa piuttosto che su qualsiasi altra della stessa categoria (esempio: via, quartiere anno di costruzione)”

Di solito riflettono un poco e poi mi dicono una cosa tra queste (o un insieme di queste):

- Non ci ho mai pensato;
- Qualità dello stato generale migliore (“Materiali migliori, ecc.”);
- Prezzo più basso;

Sono i classici argomenti che usano tutti i venditori di case.

Forse se hai provato a rispondere anche tu a questa domanda avrai dato una risposta simile. E secondo me il problema di questa risposta è proprio qui: che – purtroppo o per fortuna – tutti sono convinti di “avere un immobile migliore” al miglior prezzo degli altri.

Il potenziale cliente però non sa a chi credere. Perché tutti dicono la stessa cosa e lui non ha tempo e conoscenze sufficienti per verificare con mano chi ha ragione e chi no.

Il problema quindi diventa di dimensioni bibliche perché:

- Nessuno ha mai pensato ad un motivo VERO per il quale le persone dovrebbero preferire la tua casa rispetto a qualsiasi altra. Ma chi non sa dare una risposta corretta a questa domanda, può stare sicuro che neanche i suoi potenziali clienti sapranno darla.

- Anche fare una galleria di foto della casa non è un'idea differenziante, perché nessuno farebbe mai il contrario.

Chi mai propone la sua casa senza mettere delle immagini? Proprio per questo la galleria di immagini non è un buon motivo differenziante, soprattutto se le immagini rappresentano ambienti, oggetti, o altre particolari che potrebbero addirittura infastidire chi le guarda (anche se a Te quel quadro sulla parete piace tanto.)

Io sono per usare l'immaginazione, stupire il potenziale cliente con cose diverse.

Non fare le solite tre o quattro cosette pensando che prima o poi qualcuno arrivi.

In questo caso la soluzione per differenziarsi da tutti e risplendere come un faro nella notte è piuttosto semplice: essere unico. Rendere unica la propria proposta.

Non deve essere la migliore, deve essere diversa, riconoscibile: come un faro nella notte.

Quindi, il consiglio per ottenere tante richieste INTERESSANTI è semplice: **differenzia il tuo annuncio da quello di tutti gli altri.**

Consapevolezza 3 — il passaparola non basta.

Certo, il passaparola rimane una buona forma per vendere casa.

Ma non deve essere l'unica arma a tua disposizione.

Perché se è vero che vent'anni bastava fare un po' di passa parola divulgando la notizia nella zona, o farlo sapere ai negozianti del quartiere, la situazione oggi è molto più complessa.

Oggi viviamo infatti in una società "overcommunicated", cioè con un eccesso di informazioni. Giusto per fare un esempio, si stima che siano state create più informazioni negli ultimi 10 anni che in tutto il resto della storia dell'umanità. Sono cifre sorprendenti, che fanno riflettere.

Paradossalmente, quindi, la gente ha TROPPO di cui parlare, perché bombardata ogni giorno e tutto il giorno da miliardi e miliardi di input di natura commerciale, pubblicitaria o gossip .

Di fronte a tanta confusione, incredibile ma vero, le persone parlano solamente di ciò che è DAVVERO memorabile e davvero degno di nota, ignorando tutto ciò che è fuori dalla propria sfera d'interesse.

Insomma, nel 2015 non è affatto scontato che avvenga il passaparola! Certo, rimane sicuramente uno strumento efficace, ma ha anche dei lati negativi che non possono essere trascurati, tra i quali:

- Non è detto che il messaggio venga comunicato realmente alle persone che ti interessano con il rischio di fare un sacco di appuntamenti inutili.
- Non è detto che ciò che volevi comunicare tu arrivi completamente diverso a I destinatario finale.

Consapevolezza 4 — Affidarsi a un'agenzia non è garanzia di un miglior risultato.

Quando mi soffermo su alcune agenzie e provo a capire qual'è il loro "target" - cioè quella fetta di clienti alla quale rivolgono la loro offerta - spesso la risposta che ne ricavo è questa:

"Tutti! La nostra agenzia si rivolge a tutti. Ville Appartamenti Negozi Garage sia in affitto che in vendita.

Questo ragionamento è un po' vecchiotto e, come tutte le cose un po' vecchiotte, funziona benino ma non benissimo.

Perché ci sono alcune agenzie che pensano che aumentare la loro offerta, preparando la loro bacheca alle esigenze di una clientela più ampia e assortita sia una buona idea per aumentare il proprio giro d'affari. Ma il problema è uno solo: non funziona più così.

Ahinoi, non funziona più così. Non nel mondo iper-competitivo e iper-saturo del 2017. Magari negli anni 80-90 era un ragionamento che poteva avere

un senso, dopotutto un giorno potevi servire un cliente per un negozio e l'anno dopo trovargli l'abitazione di casa.

Infatti 30 anni fa gli "agenti generalisti" – cioè quelli che facevano un po' di tutto per tutti – potevano sopravvivere e, in certi casi, anche arricchirsi. Perché la clientela era meno informata, meno attenta al dove spendeva i soldi, meno evoluta e quindi poteva anche passare che esistessero agenzie con proposte di case, ville, negozi mansarde terreni etc. All'epoca queste agenzie erano credibili.

Oggi no. Oggi è valido il detto:

SE VAI BENE PER TUTTI, NON VAI BENE PER NESSUNO!

Infatti oggi il mondo della casa è in mano ad "agenzie specializzate", cioè che si concentrano su un determinato bisogno del mercato e vi pongono rimedio in una maniera totalmente diversa – non ho detto migliore – ma diverso da tutta la concorrenza.

Queste realtà sono molto efficaci, perché agli occhi della clientela evoluta del 2017 sono "credibili".

Quindi molto meglio vendere privatamente con i giusti strumenti piuttosto che affidarsi a un'agenzia generalista, non preparata a questo nuovo mercato!

Quindi, come attirare potenziali acquirenti con un metodo?

Perfetto. Se sei arrivato fin qui hai acquisito le 4 consapevolezza fondamentali per attirare potenziale acquirenti in maniera scientifica e. Te le riassumo qui di seguito:

- 1) La gente non acquista più casa per fare un investimento.
- 2) Non basta pensare a ribassare il prezzo.
- 3) il passaparola non basta.
- 4) Affidarsi a un'agenzia non è garanzia di un miglior risultato.

Ma ora?

Com'è che li attiriamo questi potenziali compratori?

Te la faccio breve visto che ormai ho parlato e scritto a lungo. La soluzione è una ed una soltanto ed è quella che ti anticipavo nelle prime pagine di questo ebook:

crearsi un modello di presentazione preciso.

Perché

- Non esistono dei "trucchetti facili" per vendere casa;
- Non esiste la bacchetta magica per accelerare il processo;
- Non esiste il consulente-divinità che può risolverti il problema;

Ecc. ecc., insomma, avrai capito che aria tira.

Oggi c'è solo una soluzione per vendere bene e velocemente casa: ed è un metodo di presentazione efficace.

Cos'è un metodo di presentazione efficace?

Un metodo è una procedura, un modello, un insieme di tanti elementi, un PROCESSO – chiamalo come preferisci, sono tutti sinonimi – che porta ad un risultato ben preciso.

Ne consegue che un modello di presentazione efficace è un PROCESSO che serve solo ed esclusivamente a portarti un risultato ben preciso, cioè potenziali acquirenti interessati!

Non si tratta di tecniche isolate, di semplici strategie o di trucchetti da quattro soldi – quelli li lasciamo agli altri.

Si tratta di un vero e proprio modello che lavorerà al tuo fianco, ventiquattrore su ventiquattro, sette giorni su sette, per perseguire un solo ed unico scopo: portarti compratori desiderosi di appropriarsi della tua casa.

E, per quanto ci siano decine di azioni che si possono fare, ce n'è una che stacca di diverse lunghezze tutte le altre in termini di importanza.

E sai qual è questa attività?

TROVARE LE PECULIARITA' POSITIVE DELL'IMMOBILE DA VENDERE, RENDERLE VISIBILI, E UTILIZZARLE PER ATTRARRE SOLO QUELLE PERSONE CHE LE APPREZZANO E DESIDERANO PROPRIO QUELLE.

Ma perché proprio le peculiarità e non qualsiasi altra cosa?

Perché case in vendita ce ne sono a migliaia e apparentemente sono tutte simili.

Prima del prezzo, prima della posizione, prima dello stabile, quello su cui devi concentrarti è su come quella casa può essere unica agli occhi del potenziale acquirente.

Ed è proprio quello che fa il nostro metodo per te: individua i punti di forza e li rende irresistibili per il target di riferimento.

Ma come funziona?

E' molto semplice.

Il modello che sto per presentarti, ha 5 fasi specifiche (ecco perché è un PROCESSO) che, se eseguite una di seguito all'altra, portano ad accelerare la vendita dell'immobile senza dover abbassare il prezzo!

In breve:

1 – Devi pensare con la maggior esattezza possibile a che tipo di persone potrebbe interessare la tua casa in funzione dello stabile, della zona, della dimensione etc. ad esempio: singel, famiglia, giovane coppia, pensionati.

2 – Una volta identificata l'identità del tuo potenziale acquirente devi fare una lista di quelle caratteristiche del tuo immobile che possono essere interessanti e coinvolgenti per quelle persone.

Attenzione, sto parlando di particolari che devono fare un'enorme differenza sull'esperienza del tuo potenziale cliente.

(Ad esempio se l'immobile ha un bel terrazzo e hai individuato la famiglia come potenziale acquirente, quello potrebbe essere il vero elemento differenziante, in quanto i genitori immagineranno già con estrema gioia vedere i loro figlioletti correre e giocare felici sul terrazzo)

3 – A questo punto devi preparare la tua presentazione in modo che gli elementi differenzianti catturino proprio quelle persone, e che queste si sentano attratte in modo irresistibile. (Puoi fare questo con foto particolari, utilizzando parole emozionali, etc.)

4 – Devi poi comunicarlo al mondo con tutti gli strumenti che hai a disposizione: Siti, facebook, locandine

5 – Infine, se il tuo immobile dovesse essere da ristrutturare, allora ti consiglio di utilizzare un servizio di presentazione specifico con il quale potrai addirittura aumentare il valore percepito della tua casa in vendita. (Non lo spiego in questa sede in quanto servirebbero altre 10 pagine, ma nel caso volessi saperne di più non esitare a contattarmi)

Sono certo che, a questo punto, avrai perfettamente capito l'importanza di possedere un metodo. Ma permettimi di farti una semplice domanda, che sono certo ti farà piacere leggere.

Quali alternative hai?

Sono certo che pochissimi venditori (sia privati che agenzie) conoscano le cose che ti ho detto. E questo per te rappresenta un grande vantaggio. In alternativa, potrai sempre rivolgerti ad un professionista, ma sai che quelli validi costano molto e non sempre comunque raggiungono il risultato.

Siamo giunti alla fine, ora tocca a te! Sono sicuro che se applicherai quanto ti ho scritto sopra, venderai la tua casa meglio e prima di quanto ti saresti aspettato.

L'unica cosa che ti chiedo, quando avrai raggiunto il tuo risultato, è di inviarmi la tua testimonianza.

A presto

Giuseppe Piovano