

LEADER

C'è l' "home staging" per scacciare la crisi

di Marcella Persola

Sergio Poma,
Luoghidirelazione

Uno strumento di marketing immobiliare che riduce di un terzo i tempi di vendita

I tempi di vendita diventano sempre più una variabile "ingombrante"? Perché allora non provare ad affidarsi all'*home staging*? Questa infatti è una delle ultime tendenze messe in atto da agenzie e *network* di agenti immobiliari per accelerare il processo di vendita. Al momento tra i *franchising* che hanno organizzato dei corsi per i propri affiliati figurano **RE/MAX Italia, Retecasa e Gabetti Franchising Agency**. L'intento è quello di rendere ancora più competitivo il servizio offerto e valorizzare gli *asset* che si hanno in portafoglio. Ma in che cosa consiste l'*home staging*?

"L'*home staging*, intesa come l'arte di presentare un immobile, è uno strumento di *marketing* immobiliare e consiste in una serie di tecniche di valorizzazione che hanno lo scopo di depersonalizzare l'immobile e sottolinearne le caratteristiche migliori, in particolare spazio e luce, al fine di renderlo maggiormente appetibile al maggior numero di potenziali acquirenti, afferenti al target individuato" spiega **Alessandra Sirtori**, architetto e creatore del sito www.italianhomestaging.com.

Per **Sergio Poma**, responsabile dell'associazione **Luoghidirelazione** e promotore dei corsi per le reti immobiliari

"l'*home stager* non stravolge l'immobile con interventi fisici, ma si affianca al consulente immobiliare per fornire dei suggerimenti e un supporto alla vendita" spiega Poma. Infatti nei corsi organizzati dall'associazione da lui presieduta si mostra agli agenti immobiliari quali

Bruno Vettore,
Gabetti Franchising Agency

reali opportunità possa offrire l'awalers di questo professionista. Questa tecnica già molto diffusa negli **Stati Uniti** ove "circa l'80% delle vendite di immobili passano attraverso l'azione di un *home stager*" come conferma Poma, permette di creare nell'abitazione un'atmosfera e gioca quindi sulla **sensibilità** e sull'**emotività** dei compratori. "Nell'ambito residenziale si mira a far scaturire nei primi istanti del

sopralluogo il cosiddetto colpo di fulmine, quindi a muovere le leve emozionali del cliente acquirente ancor prima di quelle razionali" continua Sirtori. E questo consente di ridurre notevolmente i tempi di vendita. "Possiamo ridurli di circa 1/3" spiega il presidente di Luoghidirelazione. Ma come accolgono gli agenti immobiliari questa nuova strategia? Non si deve considerare la classica moda del momento? "All'inizio constatiamo un certo scetticismo, ma dopo aver mostrato loro degli interventi concreti sugli immobili, molti agenti cambiano opinione" chiosa Poma. Anche lo stesso a.d. di Gabetti Franchising Agency, **Bruno Vettore**, confessa "ho partecipato al corso animato da curiosità ma anche scetticismo, ma dopo che mi è stato illustrato del materiale e constatato come anche un immobile modesto con tali interventi possa cambiare faccia, mi sono convinto". Anche se la difficoltà maggiore resta presentare il servizio al consumatore. "L'*home staging* è stato accolto con entusiasmo dai professionisti, anche perché si basa su concetti semplici, intuitivi e condivisibili, che gli operatori, seppur in maniera meno codificata hanno sempre sostenuto o applicato. Attualmente la difficoltà reale è quella di far apprezzare il servizio al consumatore" conclude Sirtori.