

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Pianificare e organizzare le strategie di vendita in base all'analisi delle esigenze del territorio, pubblicizzando gli immobili in vendita e locazione selezionando gli strumenti di gestione

**CASI ESEMPLIFICATIVI:**

**Dimensione 1** - Definizione delle strategie di vendita: **6 casi**

**Dimensione 2** - Selezione e verifica periodica degli strumenti di gestione: **3 casi**

**Dimensione 3** - Pubblicità degli immobili: **3 casi**

**RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)**

---

**RISULTATO ATTESO 2** - Coordinare le diverse fasi della trattativa tra venditore ed acquirente e tra locatore e conduttore sovrintendendo le attività del personale dell'agenzia di intermediazione immobiliare

**CASI ESEMPLIFICATIVI:**

**Dimensione 1** - Coordinamento nella gestione della trattativa: **2 casi**

**Dimensione 2** - Coordinamento delle attività amministrative per la vendita e la locazione: **4 casi**

**Dimensione 3** - Selezione degli enti creditizi: **1 caso**

**Dimensione 4** - Coordinamento della fase di valutazione del valore dell'immobile: **2 casi**

**RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)**

---

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1 - Pianificare e organizzare le strategie di vendita in base all'analisi delle esigenze del territorio, pubblicizzando gli immobili in vendita e locazione selezionando gli strumenti di gestione**

#### 1 - DEFINIZIONE DELLE STRATEGIE DI VENDITA

Grado di complessità 6

##### 1.6 DEFINIZIONE DI PROTOCOLLI

Redigere un sistema di protocolli con relative checklist per determinare le procedure da intraprendere a seconda delle evenienze.

Grado di complessità 5

##### 1.5 DEFINIZIONE DEI CANALI DI COMUNICAZIONE

Definire i canali di comunicazione che si intendono utilizzare per l'attività di marketing (es. sito, portali immobiliari, canali social, volantinaggio) e definirne il budget.

Grado di complessità 4

##### 1.4 DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI VENDITA

Definire gli obiettivi di vendita suddivisi per i diversi target di clientela e servizi aggiuntivi offerti.

Grado di complessità 3

##### 1.3 DEFINIZIONE DEI PRODOTTI

Definire le tipologie di prodotto, oltre alla mediazione immobiliare, suddivisi per i diversi target di clientela (es. servizi di consulenza tecnica, consulenza al mutuo, home staging, ristrutturazione).

Grado di complessità 2

##### 1.2 ANALISI DELLA CONCORRENZA

Individuare i potenziali concorrenti rispetto alla tipologia di target e al territorio e analizzarne le caratteristiche.

Grado di complessità 1

##### 1.1 DEFINIZIONE DEL TARGET DI CLIENTELA

Definire il target o i target che si ha intenzione di raggiungere con l'attività di marketing,

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

individuandone i dati demografici, geografici e comportamentali con opportune ricerche di mercato e individuazione delle zone di competenza.

## 2 - SELEZIONE E VERIFICA PERIODICA DEGLI STRUMENTI DI GESTIONE

Grado di complessità 2

### 2.2 MONITORAGGIO PERIODICO DEGLI STRUMENTI DI GESTIONE

Monitorare l'efficacia degli strumenti gestionali e la congruità dei risultati ottenuti, mediante report periodici di matching generati sulla base delle informazioni registrate nella banca dati e provvedendo all'eventuale sostituzione o richiedendone eventuali modifiche.

Grado di complessità 1

### 2.1 SELEZIONE DEL SOFTWARE GESTIONALE DELLA BANCA DATI

Scegliere lo strumento più adatto per la gestione della banca dati (clienti, immobili, agenti e appuntamenti) incaricando una software house specializzata o scegliendo specifici software CRM già disponibili.

### 2.1 SELEZIONE DEL MULTIPLE LISTING SERVICE (MLS)

Selezionare il MLS più adatto per la gestione della collaborazione tra agenti e altre agenzie, incaricando una software house specializzata o scegliendo specifici software già disponibili.

## 3 - PUBBLICITÀ DEGLI IMMOBILI

Grado di complessità 3

### 3.3 ANALISI DEI FLUSSI PUBBLICITARI

Analizzare i report periodici sugli esiti delle campagne pubblicitarie anche mediante analisi dei dati CTR di ogni annuncio per valutare l'adeguatezza delle strategie di marketing adottate e intervenire all'occorrenza.

Grado di complessità 2

### 3.2 PUBBLICITÀ TRAMITE STRUMENTI INTERNI DELL'AGENZIA IMMOBILIARE

Incaricare e coordinare il personale dell'agenzia per la pubblicizzazione degli immobili secondo le modalità più opportune (es. strumenti interni dell'agenzia, tramite pubblicità fisica, direct marketing e internet).

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

Grado di complessità 1

### 3.1 DEFINIZIONE DEL PIANO MARKETING

Individuare il sistema più efficace di pubblicità degli immobili e del proprio brand scegliendo i canali più adeguati al territorio di competenza e al tipo di clientela, determinandone i budget operativi ed eventualmente incaricando un responsabile marketing.

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

#### **RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)**

- Mercato immobiliare
- Tipologie immobiliari e loro caratteristiche
- Tipologie di transazioni (acquisto/locazione)
- Tipologie di clientela
- Osservatori del mercato immobiliare
- Banca dati dell'agenzia
- Banche dati settore immobiliare
- Listini e borsini immobiliari
- Canali di informazione immobiliare
- Canali di comunicazione pubblicitaria
- Informazioni statistiche, demografiche, geografiche utili per le attività di marketing immobiliare
- Reportistica
- Software specifici di settore -Multiple Listing Service (MLS)
- Normative relative alla intermediazione immobiliare

#### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Tecniche di gestione di banche dati
- Tecniche e operatività di analisi del target di clientela
- Tecniche e operatività di analisi della concorrenza
- Tecniche e operatività di definizione di prodotti e obiettivi di vendita
- Tecniche e operatività di selezione dei canali di pubblicità e vendita
- Tecniche e operatività di analisi di dati e produzione di report
- Tecniche e operatività di marketing immobiliare

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Software per la gestione della banca dati immobili/clienti selezionato
- Strategie di vendita definite e pianificate
- Canali di comunicazione/pubblicità predisposti e attivati
- Report periodici sui contenuti/elaborazioni della banca dati immobili/clienti valutati
- Report periodici sull'efficacia delle pubblicità valutati

#### **INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE**

#### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme delle tipologie di immobili
2. L'insieme delle tipologie di transazioni

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

3. L'insieme delle tecniche di definizione del piano marketing e della pubblicità degli immobili
4. L'insieme delle tecniche di analisi della concorrenza
5. L'insieme delle tecniche di definizione degli obiettivi di vendita
6. L'insieme delle tecniche di selezione dei target di clientela
7. Un set di caratteristiche di mercato

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per tutte le tipologie di immobili e di transazioni, sulla base del set di caratteristiche di mercato, impostazione di definizione e pianificazione delle strategie di vendita, del piano marketing e scelta degli strumenti e dei canali pubblicitari
2. Colloquio tecnico sulla scelta dei software gestionali e di Multiple Listing Service (MLS)

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 2** - Coordinare le diverse fasi della trattativa tra venditore ed acquirente e tra locatore e conduttore sovrintendendo le attività del personale dell'agenzia di intermediazione immobiliare

## 1 - COORDINAMENTO NELLA GESTIONE DELLA TRATTATIVA

Grado di complessità 2

### 1.2 SUPPORTARE IL PERSONALE IN FASE DI TRATTATIVA

Supportare il personale dell'agenzia nella fase di gestione della trattativa, fornendo la sua esperienza e intervenendo in casi di criticità.

Grado di complessità 1

### 1.1 COORDINAMENTO E SUPPORTO ACCOGLIERE LA PROPOSTA IRREVOCABILE

Coordinare il personale dell'agenzia nella fase di gestione della trattativa, assegnando il personale più adatto alla mansione specifica.

## 2 - COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE PER LA VENDITA E LA LOCAZIONE

Grado di complessità 4

### 2.4 GESTIONE IMMOBILIARE

Verificare e sottoscrivere il contratto di gestione immobiliare incaricando e coordinando il personale dell'agenzia per occuparsi della gestione logistica e manutentiva dell'immobile e incaricando le ditte che si occuperanno della manutenzione.

Grado di complessità 3

### 2.3 GESTIONE CONTO TERZI DELLA LOCAZIONE

Verificare e sottoscrivere il contratto di gestione della locazione incaricando il personale specifico della gestione amministrativa e fiscale delle locazioni e delle relazioni tra locatore e conduttore.

Grado di complessità 2

### 2.2 COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE PER LA LOCAZIONE

Supportare il personale dell'agenzia nel coordinamento della predisposizione delle pratiche amministrative per la locazione.

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

Grado di complessità 1

### 2.1 COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE PER LA VENDITA

Coordinare le attività amministrative per la predisposizione delle pratiche necessarie per la compravendita dell'immobile.

## 3 - SELEZIONE DEGLI ENTI CREDITIZI

Grado di complessità 1

### 3.1 SELEZIONE DEGLI ENTI CREDITIZI

Selezionare e prendere accordi con gli enti creditizi più favorevoli da proporre al cliente.

## 4 - COORDINAMENTO DELLA FASE DI VALUTAZIONE DEL VALORE DELL'IMMOBILE

Grado di complessità 2

### 4.2 ASSISTENZA ALLA FASE DI PERIZIA DELL'IMMOBILE

Individuare ed incaricare il perito e assisterlo nel caso di necessità.

Grado di complessità 1

### 4.1 APPROVAZIONE DELLA STIMA DELL'IMMOBILE

Valutare la stima dell'immobile effettuata dal personale dell'agenzia intervenendo all'occorrenza o approvando la stessa.



## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

#### RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Mercato immobiliare
- Tipologie immobiliari e loro caratteristiche
- Tipologie di transazioni (acquisto/locazione)
- Osservatori del mercato immobiliare
- Banche dati settore immobiliare
- Listini e borsini immobiliari
- Documenti tecnici (es. visure catastali, abitabilità e condoni edilizi, visure camerali, registrazione contratti di locazione, ecc.)
- Documenti fiscali e amministrativi per la compravendita e la locazione
- Pratiche bancarie per il rilascio di mutui
- Standard internazionali di valutazione immobiliare
- Normative relative alla intermediazione immobiliare

#### TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche e operatività di ascolto e interpretazione dei bisogni del cliente
- Tecniche e operatività di riconoscimento degli elementi di rilievo per la valutazione immobiliare
- Tecniche di analisi delle caratteristiche delle diverse tipologie di immobili
- Metodi, tecniche di stima del valore dell'immobile
- Tecniche di richiesta di documenti tecnici, es. visure catastali, documentazione urbanistica (abitabilità CILA, SCIA e condoni edilizi), due diligence della provenienza, visure camerali, registrazione contratti di locazione, ecc.
- Tecniche di richiesta e predisposizione di documenti amministrativi e legali per la gestione della compravendita/locazione immobiliare
- Tecniche di richiesta e predisposizione di pratiche bancarie per la richiesta di mutui
- Metodi e tecniche di mediazione nelle trattative
- Tecniche e operatività di gestione immobiliare e di affitti conto terzi

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Prezzo di vendita/locazione concordato tra venditore ed acquirente e tra locatore e conduttore
- Trattativa tra venditore ed acquirente e tra locatore e conduttore gestita e conclusa
- Documentazione tecnica, amministrativa e legale verificata e approvata
- Enti creditizi selezionati e incaricati

#### INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

**ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

1. L'insieme delle tipologie di immobili
2. L'insieme delle tipologie di transazioni
3. L'insieme delle tecniche di gestione delle trattative
4. L'insieme della documentazione tecnica, amministrativa e legale necessaria per la compravendita e la locazione di immobili e per l'accensione di mutui
5. Un set di casi, specificato nelle loro caratteristiche salienti

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di immobili e due tipologie di transazioni, sulla base del set di caratteristiche di mercato, impostazione e conduzione, anche tramite role playing, di una trattativa
2. Colloquio tecnico sulla supervisione della stima dell'immobile e sulla gestione immobiliare e in conto terzi della locazione

## ADA.12.02.02 - GESTIONE DELL'AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

### FONTI

P. Almiento, Marketing immobiliare. Metodi e strumenti per il successo nel real estate, Milano, Egea-SDA Bocconi, 2018.

Il diritto immobiliare. Contratti di acquisizione, finanziamenti bancari, titoli abilitativi, fiscalità, intermediazione immobiliare, fondi immobiliari, stadi e impianti sportivi, a cura di E. Russo, Milano-Padova, Wolters Kluwer-CEDAM, 2019.

Immobili, a cura di A. Busani, Milano, Wolters Kluwer, 2019 (IPSOA guide e soluzioni in pratica)