

Customer care

Covid-19 – Il Cliente non dorme mai

Osservare, comprendere, valorizzare e gestire i cambiamenti

Roma, 8 maggio 2020

Prosegue il percorso di approfondimento delle tematiche che rivestono particolare importanza e che, in fase di emergenza nazionale sanitaria, sia pure in ottica di una graduale ripresa delle attività, possono generare opportunità per gli Agenti Immobiliari o celare 'trappole'.

Permettetemi una considerazione, non essendo un Agente Immobiliare potrei avere una visione differente, esterna alla questione, fallirla o asserire qualcosa che per chi legge è semplicemente ovvia: il Cliente (intendo quello 'storico', quello 'attuale', ma anche quello potenziale) è stato gestito con attenzione nelle settimane di *lockdown*? Chi fa della mediazione di immobili la propria attività professionale, ha continuato a osservare, elaborare e attuare un piano di *customer care*?

Alcune settimane fa, proponemmo alcuni spunti di riflessioni incentrati sulle modalità con cui i clienti stavano affrontando le loro 'questioni immobiliari': tutt'altro che fermi! Assolutamente nulla di abbandonato! Abbiamo visto insieme che la ricerca di immobili, lo scandagliamento di offerte, l'analisi di dati e scenari (con il tempo a disposizione delle persone e con l'uso sempre più costante di strumenti informativi, sociali e analitici) non si sono mai arrestati, anzi hanno avuto un deciso

incremento che sta portando ad un elevazione degli standard culturali e di conoscenza.

Credo sia fondamentale che l'Agente prepari un approccio, sostenuto da un vero e proprio DOCUMENTO PER LA CUSTOMER CARE, che consenta di avere un approccio strutturato e linea consolidata per gestire in modo proficuo e fidelizzante i propri clienti.

Quale scenari e fattispecie terrei ben in considerazione, per la prossima ripresa?

- clienti con case in vendita o affitto (con incarichi affidati in epoca pre-pandemia) che potrebbero dubitare dei valori richiesti: il mercato potrà fare o 'pretendere' aggiustamenti di valori richiesti o canoni? L'Agente deve esser loro vicino dando chiarezza nelle informazioni che reperirà, per far capire che non ci saranno crolli, ma che si dovrà monitorare anche socialmente l'impatto del Covid-19; le informazioni dovranno essere cercate tramite canali istituzionali e con strumenti UF-FI-CIA-LI!

- clienti che hanno lasciato richieste (vengono realmente gestite...?): potrebbero essere i primi da contattare nel caso in cui qualche proprietario aggiusti la pretesa economica e comunque vanno messi a regime strumenti (processi o software) che non facciano perdere traccia delle richieste lasciate in Agenzia;

- clienti storici da fidelizzare ulteriormente, anche solo con una telefonata o messaggio;

- nuovi clienti in cerca di opportunità, che per timore delle oscillazioni dei mercati finanziari o per altre metodologie coattive di prelievo, che precedenti esperienze ci hanno tristemente insegnato, ipotizzano un investimento immobiliare, proprio adesso, sì!

- clienti di locali o appartamenti in affitto che sono in difficoltà e potresti fare ancora da 'mediatore' per trovare soluzioni, dall'alto della tua esperienza sui valori e sulle crisi storiche del mercato immobiliare, ma anche in relazione ai provvedimenti presi dal Governo, quali crediti di imposta o altre forme di sostegno economico;

Vanno quindi valorizzate le informazioni e, lasciatemi questa provocazione, chi primo si muove, meglio riempie alcuni spazi lasciati aperti da incertezza o da minore capacità di organizzazione.

Sicuramente tra dipendenti, collaboratori o amici l'Agente potrà trovare qualcuno in grado di supportare il reperimento di foto, video e 360° che possano meglio rappresentare l'offerta attuale (ancora molte foto degli annunci sono mal gestite o poco rappresentative). Scopriamo esperti di grafica o social media manager inaspettati, tra le persone che conosciamo da anni.

Penso anche ad iniziative promozionali sul territorio, per consolidare l'immagine del titolare e della sua Agenzia e staff: in una fase di incertezza o addirittura di timore, sapere di poter contare su persone attive, competenti e oneste, credo sia il miglior viatico.



Da non-agente immobiliare ho trovato diversi spunti, nei meandri di studi, indagini, andamenti, previsioni, ma soprattutto ho visto che mettendo a frutto i dati su ciò che la clientela cerca sui portali e sulle vendite, ad esempio, di strumenti quali il Listino Ufficiale delle Quotazioni immobiliari o manuali sulla Valutazione Immobiliare, emergono indicazioni molto interessanti: non possiamo trovare scuse a questo punto, il mercato non ci aspetta e dobbiamo andargli incontro. Come? Ancora una volta dobbiamo sederci, avvalerci della nostra capacità di scomporre una problematica fino a creare un processo che la sappia gestire, definendo una procedura per farci trovare pronti. Noi stessi, un collaboratore o un consulente con cui chiarire cosa chiedono i clienti, quali sono i nostri obiettivi e come intendiamo organizzarci. Ogni idea, telefonata, clic, email, ma semplicemente uno sguardo dietro una mascherina, possono celare un'intenzione, una propensione a spendere, un bisogno insoddisfatto o una voglia di casa!

Buon lavoro!

Fabrizio Del Buono

Tecnoborsa SCpA

Responsabile Borsa Immobiliare di Roma

Laurea in Economia – Università LUISS (1996)

Esperto in Management e Marketing

Esperto in Sistemi di Qualità Certificata