"Contatto virtuale e vendita personalizzata: così cambia l'immobiliare dopo il Covid"

idealista.it/news/immobiliare/residenziale/2020/05/04/140066-contatto-virtuale-e-vendita-personalizzata-cosi-cambia-limmobiliare-dopo-il-covid

Lorenzo Pascucci, Milano Contract District

Il coronavirus sta rimodellando il concetto di abitare in più di un modo. **Lorenzo Pascucci, founder di Milano Contract District**, espone la propria prospettiva di mercato sul real estate italiano.

L'impatto dell'epidemia sta portando a un cambiamento culturale, logistico e lavorativo sia nell'immediato che in prospettiva. Chi saprà trasformarsi adottando nuovi canoni di sicurezza e qualità, secondo Pascucci, potrà risollevarsi da un periodo indubbiamente molto duro.

Dalla sua esperienza quali maggiori trasformazioni subirà il settore immobiliare in questo scenario?

"Non parlerei di vere e proprie "trasformazioni" bensì di un'accelerazione ed un consolidamento di alcuni innovativi approcci al prodotto immobiliare già timidamente avviati negli ultimi 4 anni. Le riflessioni di milioni di famiglie che si sono ritrovate costrette tra le mura di casa, porteranno inevitabilmente a generare una chiara domanda di prodotto residenziale ancora più selettiva ed esigente, con un'attenzione crescente allo sfruttamento degli spazi, al layout ed alle destinazioni d'uso sia degli interni che degli ambienti comuni".

Cosa cercherà il cliente post-Covid?

"La crisi di liquidità e la negativa congiuntura economica che ci attende, come già osservammo dopo il 2008, porterà ad una nuova profilazione di acquirente: molto esigente, consapevole, selettivo ed informato da un lato su ciò che è valoriale nell'offerta di prodotto, e insieme, su ciò che creerà valore e benessere a chi quel prodotto lo abiterà. I clienti di domani si concentreranno ancor di più sulla qualità intrinseca dell'immobile (capitolato e caratteristiche di fattura e salubrità dei materiali usati dalle industrie), sul comfort abitativo che l'abitazione sarà in grado di garantire (suddivisione degli spazi e qualità del progetto di interior che può accogliere) e daranno sempre più importanza ai servizi offerti insieme alla vendita immobiliare:dalla presentazione del prodotto fino alla gestione del post-vendita e della delicata fase di personalizzazione del capitolato".

Come si trasformerà il rapporto tra acquirente e venditore?

Tutti i diritti riservati

“La “logistica di vendita” sarà un altro dei nuovi temi fondamentali post-Covid, da riconsiderare totalmente e che toccherà le abitudini di tutti e in ogni settore, incluso il real estate. Ritengo infatti che nessuno sarà più disposto a dislocarsi in diversi luoghi e negozi per definire le scelte dell’home fit-out dell’abitazione appena acquistata. Verrà premiata la miglior organizzazione promessa dal broker e dal committente che dovrà essere chiara e condivisa sin dal primo incontro con il cliente (che comincerà ad avvenire credo anche in remoto per poi passare al “fisico”). Consulenza ed assistenza sulle scelte e capacità di garantire privacy nei passaggi one2one con il cliente ed i professionisti coinvolti farà parte delle nuove esigenze dei consumatori abbinata a un’elevata professionalità e trasparenza in tutte le fasi. Penso che anche la capacità del RE di integrare in modo efficace i processi con la filiera edile a valle sarà sempre più rilevante perché il nuovo ineludibile traguardo per il cliente sarà una casa specchio delle proprie scelte ed esigenze, ma direttamente garantita e consegnata “chiavi in mano” dal venditore”.

Come si evolverà l’approccio all’acquisto, anche degli immobili?

“L’onda lunga della richiesta di distanza sociale creerà nuovi stili di “customer experience” che già stiamo “testando” in queste tristi settimane di quarantena e che stiamo iniziando ad osservare da remoto attraverso i reportage post-Covid in Cina, dove i consumi stanno riprendendo vigore. Pensiamo per un momento alla spesa e alla rivoluzione in generale dell’esperienza di acquisto che mai prima d’ora avremmo potuto provare all’interno di uno store (in questo momento ahinoi testabile solo nei supermercati e farmacie) godendo di spazi e tempo per la scelta con un’esclusività e attenzione al servizio prima impensabili. I layout dei negozi si modificheranno ed il personale di vendita verrà istruito ad una nuova forma di accoglienza ripensando a percorsi e processi per accogliere più accessi contemporaneamente garantendo però le distanze di sicurezza e assorbendo quanto più possibile il grande tema delle code. L’online e l’home delivery crescerà per molte tipologie di prodotti, soprattutto per le commodities, ed il canale digitale assumerà un ruolo fondamentale per valutare, scremare le scelte, opzionare le preferenze ed arrivare al luogo fisico solo per vivere l’ultimo tocco esperienziale che traduce la preferenza in acquisto”.

E come potranno essere stimolate le vendite?

“La creazione di ingaggio e la call to action ad acquistare sarà sempre più determinata dalla tecnologia e da forme di contatto preventive virtuali e digitali, ma ritengo che il perfezionamento dell’acquisto di molti beni (e soprattutto i semidurevoli e quelli ad alto valore di spesa) passeranno sempre e comunque da un contatto con un luogo fisico, esperienziale, con servizi dedicati e personalizzati. Così sarà anche per l’immobiliare. MCD ha sempre lavorato nel modificare l’approccio all’acquisto anche in ambito Real Estate. Grazie anche ai nostri servizi il percorso del cliente non è più randomico ma guidato con flussi chiari ed un’agenda a lui dedicata che traguarda gli step di scelta in modo esclusivo, senza entrare in contatto con altri clienti, con visite a lui dedicate offrendogli una gestione integrale dei processi di cui nessun altro player o fornitore presente sul mercato oggi dispone, a partire da uno showroom privato di oltre 1700 mq e aperto solo su appuntamento”.

Quali caratteristiche dovranno avere le abitazioni post coronavirus? Cambierà la filiera di progetto e di proposta?

Tutti i diritti riservati

"Maggior attenzione al progetto. Redistribuzione degli spazi partendo dalle funzioni d'uso e dallo studio degli interni integrando soluzioni e dotazioni specifiche che sappiano rispondere alla mutazione delle esigenze abitative. Quest'ultimo passaggio non potrà però avvenire senza un'integrazione nel processo di studio dei layout. Interior design specialists legati alla filiera produttiva dell'home design potranno proporre ed implementare soluzioni nella distribuzione planimetrica offrendo un appartamento come un "prodotto finito" e pensato per ogni parete della casa. Resterà poi sempre la possibilità di customizzare esteticamente il prodotto secondo gusti ed esigenze del cliente, personalizzare e cambiare delle dotazioni più coerenti con il proprio stile di vita, ma la forza di un progetto "ben pensato" a monte aiuta ad incanalare un percorso di preferenza e implementazione a valle molto più fluido garantendo un efficientamento nei tempi per tutti gli stakeholders coinvolti nel RE (cliente, broker, promotore, impresa di costruzioni). Attenzione maggiore anche ai materiali ed alla loro certificazione di provenienza e salubrità delle materie prime utilizzate (vernici, legni, etc).

In che modo il vostro modello di business è capace di rispondere ai mutamenti che l'emergenza Coronavirus sta determinando nell'approccio all'acquisto?

Milano Contrast District mette a disposizione i seguenti servizi:

- Offerta al cliente di un'agenda personalizzata (consultabile e prenotabile da remoto) per gestire la fase di scelta di personalizzazione della casa in modo esclusivo ed esperienziale.
- Showroom privato di oltre 1700mq con incontri one2one garantiti senza sovrapposizioni con altri clienti.
- Disponibilità di una tecnologia inedita grazie alla quale, con un innovativo dispositivo web creato ad-hoc,il cliente può consultare da remoto tutte le informazioni sulla propria casa, il suo stato di avanzamento, contattare i consulenti e disporre di tutti gli aggiornamenti documentali incluso il servizio di customer service dedicato post vendita. Uno strumento esclusivo e unico che accompagna il cliente dal compromesso al rogito ed anche successivamente con i servizi di assistenza post vendita legati all'interior design.
- Offerta sempre aggiornata di nuove soluzioni progettuali e di prodotto che soddisfano le rinnovate esigenze di uso e sfruttamento degli spazi interni.
- Organizzazione dedicata con oltre 60 persone pensata per integrare con la tecnologia e processi innovativi il mondo del design alla filiera costruttiva garantendo una consegna pre-rogito "chiavi in mano" in linea con la crescente domanda proveniente dal mercato.
- Selezione di brand e prodotti di home fit-out e di interior design allineati alle più restrittive certificazioni di sostenibilità e salubrità presenti sul mercato (per esempio uso di vernici atossiche, leed compliancy, provenienza certificata delle materie prime, ciclo produttivo sostenibile, etc).

Quali innovazioni e servizi sono stati introdotti per far fronte ai cambiamenti nei nuovi stili di vita in ambito residenziale?

"Con il lancio di More+Space® nell'autunno 2018 noi avevamo già anticipato il concetto di smart working. Ripensare agli spazi della casa partendo dalla sfida più difficile: i piccoli tagli. L'idea è di costruire dei layout innovativi (*comunque adattabili anche a tagli più ampi, ndr*) basati su soluzioni dinamiche di arredo che possono creare nell'arco della giornata destinazioni d'uso diverse all'interno della stessa "stanza". Il lancio fu un'anticipazione ad un bisogno che leggevamo come latente ma che oggi è esploso come un'esigenza imprescindibile per il nuovo domani del real

Tutti i diritti riservati

estate. Con il decrescere delle superfici delle nuove abitazioni, poter per esempio lavorare da casa con tutti i comfort di uno studio o di un ufficio nella medesima stanza che durante la notte si trasforma in una vera e propria suite per dormire, è qualcosa che oggi farebbe gola alle milioni di coppie, famiglie o single che stanno convivendo con un'idea di smart working che nulla ha a che fare con la parola "smart"".

Tutti i diritti riservati