



Nuovo portale immobiliare

Progetto a cura del team **ConnectWork**



Indice

 **01** **Chi siamo**

 **02** **Recap richieste cliente**

 **03** **Analisi**

 **04** **Elementi visivi**

 **05** **La nostra proposta**

 **06** **Roadmap**

 **07** **Contenuti**

 **08** **Budget**

 **09** **Contatti**



Chi siamo

Chi siamo

Startup

Siamo **nove professionisti** con competenze complementari e un'**unica visione**: generare valore attraverso la **collaborazione**.

Da questa sinergia nasce **ConnectWork**, un'agenzia che supera i tradizionali servizi digitali e mette il cliente al centro, offrendo **strategie** e **soluzioni** su misura per il raggiungimento dei suoi **obiettivi**.



Componenti

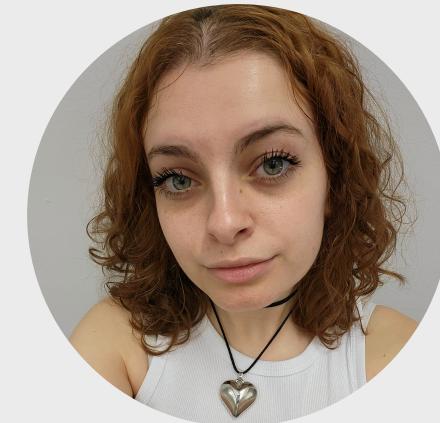
Team Leader



Domenico Vardè

Software Developer

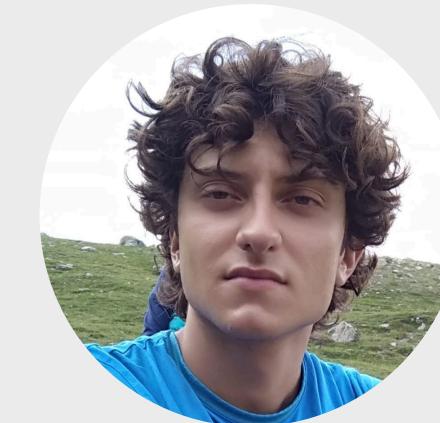
Progettazione,
implementazione e test del
software



Ilaria Mussano

Digital Strategist

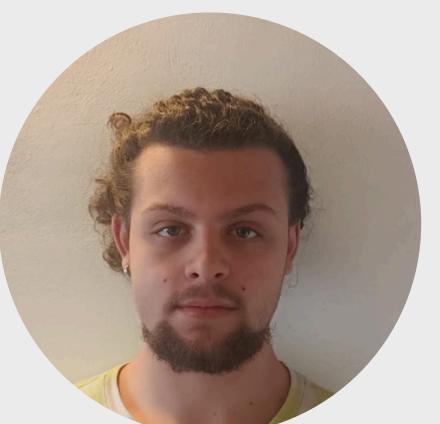
Strategia digitale e
presentazione grafica



Vittorio Cenni

Web Developer

Sviluppo del lato front-
end del sito e strategia
SEO



Simone Pizzorno

Software Developer

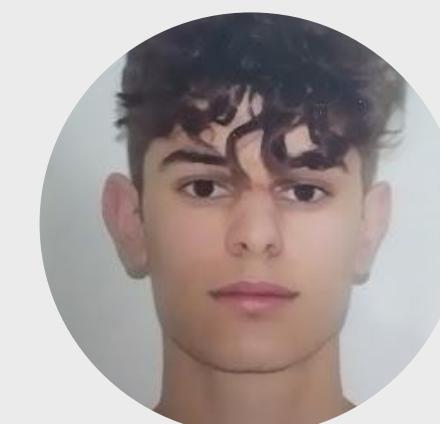
Progettazione,
implementazione e test del
software



Saverio Chiusolo

Digital Strategist

Strategia digitale e
presentazione grafica



Andrea Giraudo

Web Developer

Sviluppo del lato front-
end del sito e strategia
SEO



Omar Benagoub

Software Developer

Progettazione,
implementazione e test del
software



Tommaso Allietta

Digital Strategist

Strategia digitale e
presentazione grafica



Mayté Cachi

Web Developer

Sviluppo del lato front-
end del sito e strategia
SEO

02

**Recap richieste
cliente**

Recap richieste del cliente

1

Realizzazione di un portale web per l'acquisizione di immobili in esclusiva

2

Funzionalità

- Onboarding proprietari: form multi-step per la raccolta dati sull'immobile.
- Valutazione immobile automatica entro 72 ore.
- Proposta di contratto di vendita in esclusiva.
- Gestione richieste da parte degli amministratori (backoffice).

3

Attività

- Campagna paid per generare traffico e conversioni sul portale.
- Definizione della USP (Unique Selling Proposition)
- Piano di comunicazione social e strategia di lead generation.



03

Analisi

Studio dei competitors

	 casa.it	 GROMIA	 RE/MAX®
Identità del brand	Portale immobiliare italiano, accessibile e user-friendly	PropTech innovativa italiana, focalizzata su vendite immobiliari rapide e trasparenti	Network immobiliare internazionale riconosciuto per trasparenza e professionalità
UVP	Offre ampia visibilità grazie a milioni di annunci e un vasto pubblico	Valutazione immobiliare digitale con algoritmo e revisione umana	Ampia rete di agenti qualificati , punta su produttività e innovazione
Target e posizionamento	Venditori, acquirenti, privati e agenzie	Proprietari che vogliono vendere velocemente con supporto digitale	Clienti e agenti che cercano un marchio solido e professionale
Presenza digitale e canali	Sito web e app mobile con forte visibilità e comunicazione digitale attiva	Sito chiaro con form online, contenuti informativi	Solida presenza online e su Linkedin, con attività di recruiting e visibilità nazionale
UX/UI e funzionalità web	Interfaccia semplice e filtri avanzati, app dedicata	Interfaccia digitale moderna, semplice e rapida	Sito chiaro e istituzionale , centrato sulla rete e i servizi

Buyer Personas



Alberto Affitto

Descrizione

Alberto ha 35 anni, è un libero professionista alla **prima vendita** e cerca una **soluzione digitale, chiara e veloce**, evitando perdite di tempo.

Obiettivo

Vendere la sua casa nel modo più **semplice** e **veloce** possibile. Vuole un percorso **chiaro, digitale e guidato**, che gli permetta di ottenere il **giusto valore per l'immobile** senza stress.

Problemi e ostacoli

1. Si sente bloccato perché **non conosce il reale valore della sua casa** e teme di commettere errori
2. Odia perdere tempo

Buyer Personas



Carla Chiave

Descrizione

Carla ha 47 anni, è una professionista abituata a prendere decisioni ponderate e vuole gestire la vendita di casa come un **vero investimento**, con **numeri chiari** e **zero improvvisazioni**.

Obiettivo

Vuole vendere al **miglior prezzo possibile** scegliendo un'agenzia **seria, trasparente** e **professionale**, capace di mostrarle **dati concreti** e una **strategia chiara**.

Problemi e ostacoli

1. Teme **costi nascosti, mancanza di controllo** e **promesse non mantenute**
2. Ha bisogno di capire esattamente cosa succederà, quando e con quali garanzie

Buyer Personas



Roberto Rogito

Descrizione

Roberto ha 39 anni, è sposato con due figli e cerca una **soluzione rapida** e **affidabile** per vendere il suo appartamento in città e trasferirsi in una casa più grande in periferia.

Obiettivo

Vuole vendere **velocemente** al giusto prezzo, **senza complicazioni** burocratiche, con un processo **digitale semplice** e appuntamenti flessibili.

Problemi e ostacoli

1. Teme **valutazioni poco trasparenti** e **offerte poco serie**
2. È preoccupato per il **poco tempo** a disposizione per gestire visite e pratiche

Tone of voice

1

Affidabile



sicuro, credibile, trasparente

2

Empatico



accogliente, premuroso, attento

3

Innovativo



moderno, digitale, all'avanguardia

Unique Value Proposition

“Digitale quando serve, umano quando conta: la tua casa, seguita come merita”

La nostra **Unique Value Proposition** si fonda **sull'empatia**: Immobiliaris **accompagna il cliente** in ogni **esigenza e passaggio**, mettendolo realmente **al centro**. Offriamo un **supporto costante**, sia digitale che umano, per garantire un'esperienza di vendita **semplice, chiara e sempre guidata**.

Risultati delle analisi

Dopo un'attenta analisi, abbiamo individuato le **caratteristiche** da implementare nel brand per renderlo **distintivo** e **facilmente riconoscibile**.

	Identità del brand	Brand locale che comunica empatia e ascolto
	UVP	Unisce l' affidabilità umana all' innovazione digitale
	Target e posizionamento	Digital adult 35-55 anni
	Presenza digitale e canali	Esperienza multicanale
	UX/UI e funzionalità web	Portale moderno, veloce e accogliente

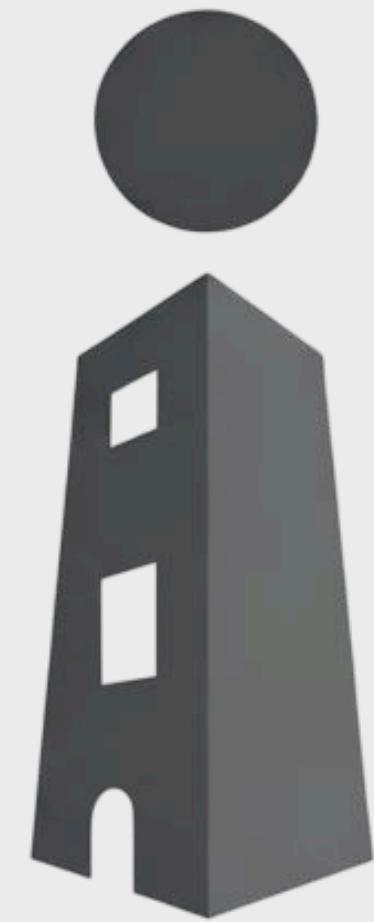


Elementi visivi

Elementi visivi

Logo

- Simboleggia il **principale ambito di attività** di Immobiliaris, ovvero la compravendita di immobili.
- Costruito attorno alla lettera “i”, il cui corpo assume la forma di un **palazzo**.
- Il puntino sulla “i” richiama invece la figura di una **persona**, facendo intendere che noi ci interessiamo alle persone e alle loro **richieste**.



Naming del portale

- Nome proposto : “**Immobiliaris**”.
- Nome **semplice** e **autoesplicativo**, che permette di percepire all'istante la tipologia di servizi offerti dall'attività.



Elementi visivi

Font

I font scelti per il progetto sono **Enriqueta** per i **titoli** e **Inter** per i **testi principali**. La differenza marcata tra i due permette di distinguere chiaramente i titoli dal corpo del testo.

Enriqueta, con il suo stile **classico**, trasmette **autorevolezza** e **competenza**, mentre **Inter**, **moderno** e **altamente leggibile**, garantisce una lettura **semplice** e **piacevole** su tutti i dispositivi.

Enriqueta

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Inter

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Prima proposta di palette



#004E98



#FF6700



#3A6EA5



#EBEBEB

#004E98

Trasmette fiducia, professionalità e stabilità, rassicurando l'utente e rafforzando la credibilità del brand in un contesto immobiliare.

#FF6700

Attira l'attenzione e stimola l'interazione, comunicando energia, calore e un approccio vicino e umano.

#3A6EA5

Ammorbidisce la palette e rende l'interfaccia armoniosa, chiara e accogliente, migliorando l'esperienza di navigazione.

#EBEBEB

Funge da base neutra elegante, valorizza contenuti e immagini e trasmette ordine, chiarezza e trasparenza.



**La nostra
proposta**

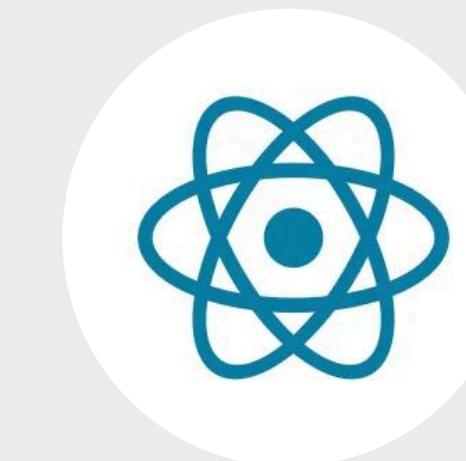
La nostra proposta

Tecnologie



Backend

Java + SpringBoot



FrontEnd

React



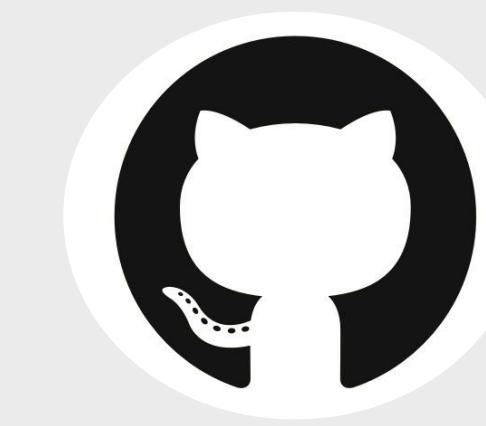
Database

MySQL



Gestione stilistica generale

Figma



Versionamento e gestione progetto

GitHub, GitHub Projects, Google Drive

La nostra proposta

Funzionalità aggiuntive future

1

Gestione case in **affitto** dal sito

2

Pianificazione con agenti immobiliari
all'interno della piattaforma

3

Inserimento un **assistente virtuale** sulla
piattaforma



Roadmap

Roadmap

Settimana 1-2

Analisi strategica, brand identity e UI design /
Analisi struttura tecnica e database



Settimana 4

Sviluppo e integrazioni /
Sviluppo ricerca avanzata e ottimizzazione funzioni



Settimana 3

UX design e architettura /
Area admin e gestione annunci



Settimana 5

Contenuti e SEO /
test e ottimizzazione prodotto



Settimana 6

Pubblicazione, test, campagne marketing e analisi performance /
Lancio e monitoraggio



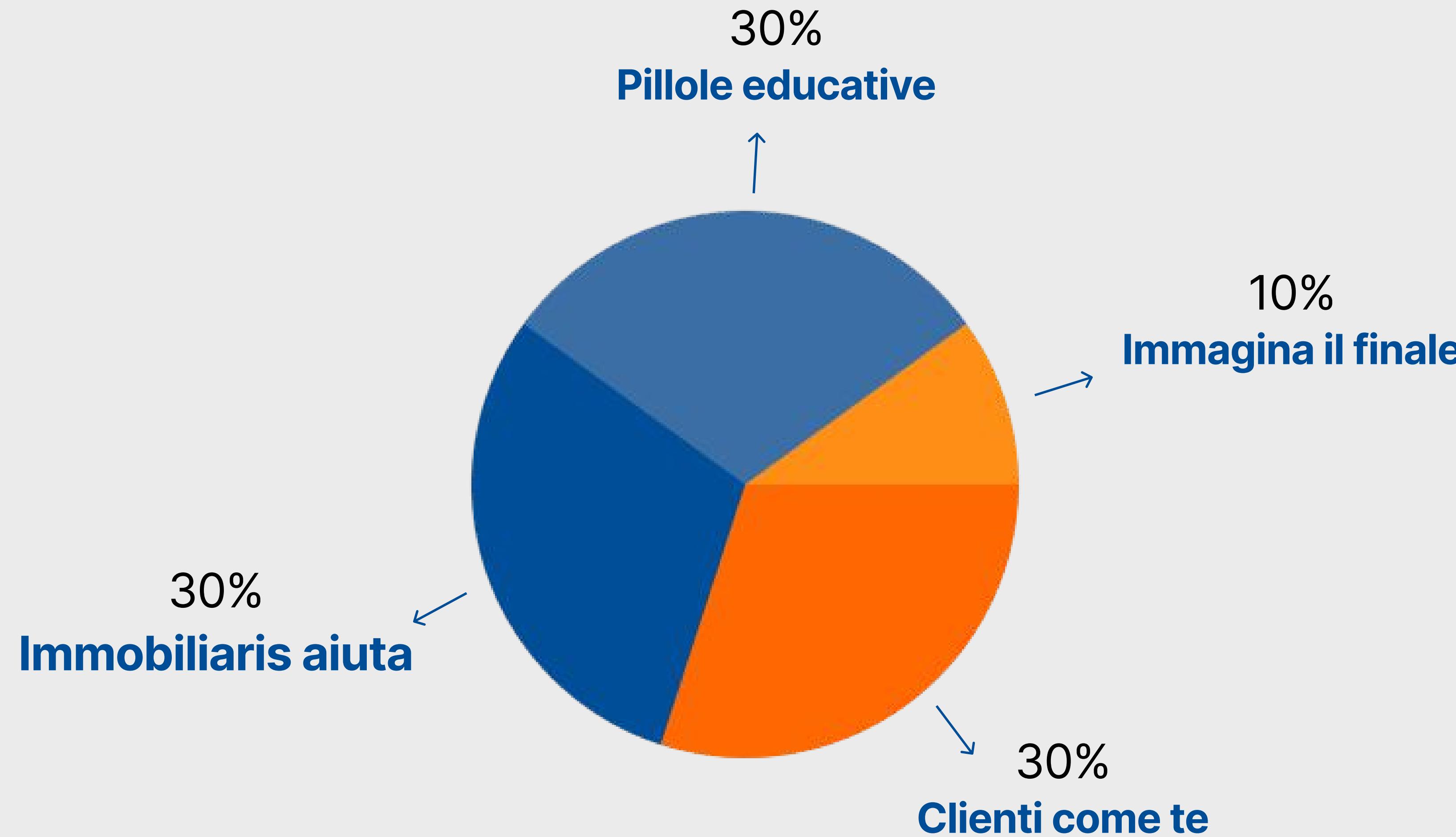
The logo consists of the letters 'OZ' in a bold, white, sans-serif font. The letter 'O' is a solid white circle, while the letter 'Z' has a white diagonal bar extending from its top-left corner to its bottom-right corner, creating a stylized 'V' shape within it. This graphic is set against a solid orange rectangular background.

OZ

Contenuti

Contenuti

Filoni editoriali



Contenuti

Piano editoriale

Il piano editoriale è stato sviluppato su un arco temporale di tre mesi e raccoglie tutte le informazioni utili alla programmazione dei contenuti sui canali social, includendo date di pubblicazione, tipologie di contenuto e relativi obiettivi.

A Data di pubblicazione	B Giorno della settimana	C Canale	D Filone editoriale	E Obiettivo	F Formato del contenuto
02/03/26	Lunedì	Instagram / Facebook	Pillole educative	Awareness	Carosello
03/03/26	Martedì	Tiktok	Immobilias aiuta	Consideration	Video breve
04/03/26	Mercoledì	Instagram / Facebook	Clienti come te	Loyalty	Carosello
05/03/26	Giovedì	Tiktok	Immagina il finale	Conversion	Carosello
06/03/26	Venerdì	Instagram / Facebook	Pillole educative	Awareness	Carosello

[**Link per il piano editoriale completo**](#)

[Piano editoriale Immobilias.xlsx](#)

Contenuti

Pillole educative

Contenuti brevi che spiegano concetti immobiliari spesso ignorati, come documenti, burocrazia, obblighi e termini tecnici, per capire come funziona il mondo della compravendita.

Obiettivo

Far scoprire ai proprietari e agli acquirenti informazioni di base che non conoscevano, attivando consapevolezza.



Contenuti

Pillole educative

Che cos'è l'APE?

L'APE (ovvero "Attestato di Prestazione Energetica") è un **documento** che indica i **consumi energetici** della tua casa.

È **obbligatorio** per legge quando vendi un immobile e aiuta chi compra a capire subito l'**efficienza** dell'immobile e i **futuri costi di gestione**.



Perchè è così importante?

L'APE è **fondamentale** perchè:

- 🔑 Serve per **pubblicare l'annuncio**
- 🔑 Serve per il **compromesso**
- 🔑 Serve per il **rogito**
- 🔑 Serve per **evitare sanzioni**

Costo e durata

💰 Il **costo medio** è tra gli **80 e i 150€**

⌚ La **durata di validità** è di **10 anni**

📍 Si può fare in **1/2 giorni** con un **tecnico abilitato**

Se il post ti è stato utile, **seguici** per non perderti **altre curiosità** sul **mondo immobiliare!**



Contenuti

Immobiliaris aiuta

Contenuti che mostrano soluzioni veloci a difficoltà reali che chiunque potrebbe incontrare comprando o vendendo casa.

Obiettivo

Far sentire l'utente compreso e mostrargli che non sta sbagliando perché è incapace, ma perché gli manca il metodo giusto (quello che gli offriamo noi).

Come **richiedere la valutazione** in modo **veloce**



Visita il sito **immobiliaris.it**



Compila il form nella sezione "**Vendi**"



Entro 72h riceverai la **valutazione** del tuo **immobile!**

Contenuti

Immobiliaris aiuta



Link per il video completo: https://drive.google.com/file/d/1RROdxbmI7tfJrEJuf0TCdHFc14qAZXGS/view?usp=drive_link

Contenuti

Immagina il finale

Contenuti che mostrano come potrebbe essere il momento in cui la vendita o l'acquisto si realizza, il tutto raccontato con un tono leggero, divertente ed emotivamente vicino alle persone.

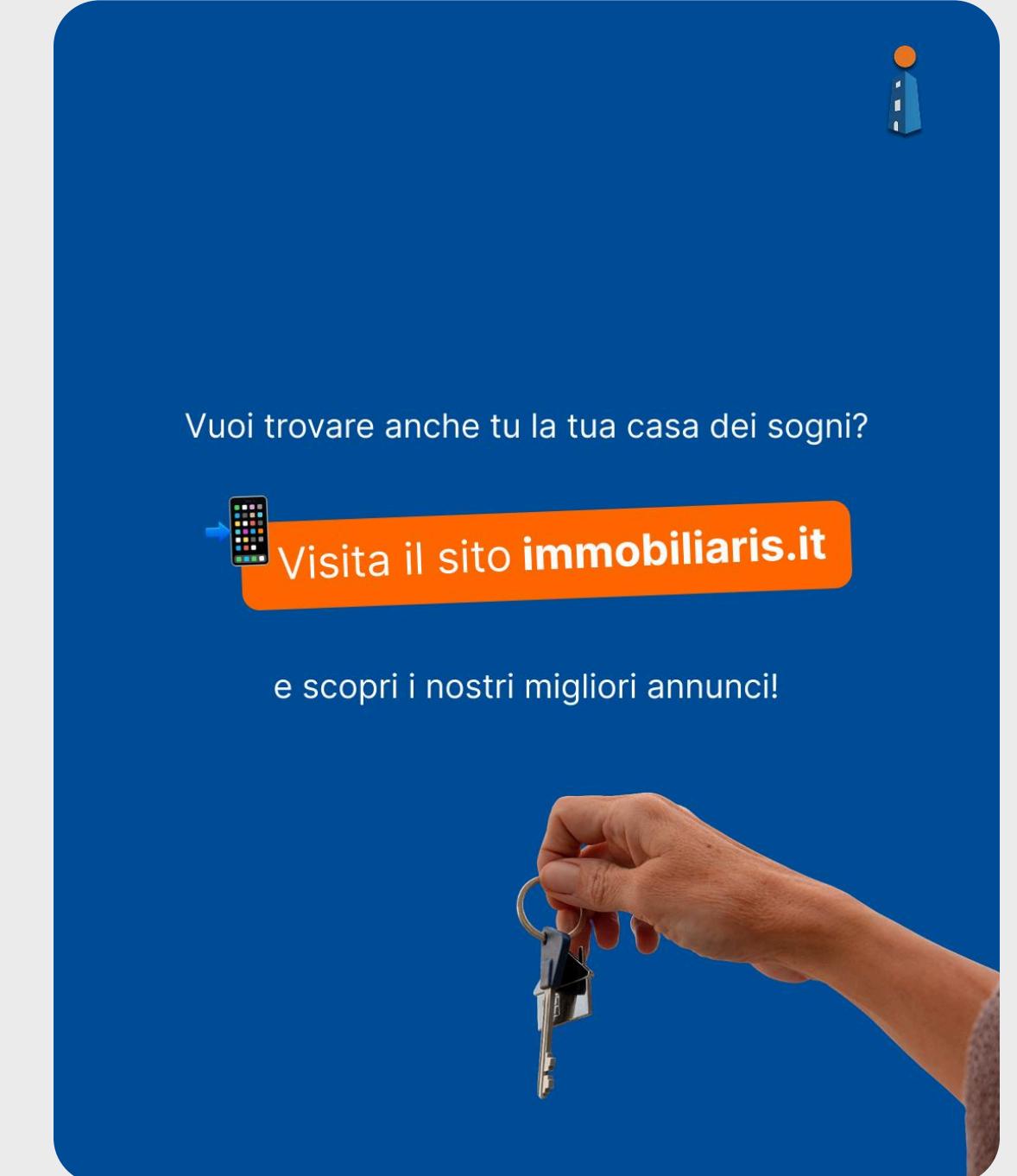
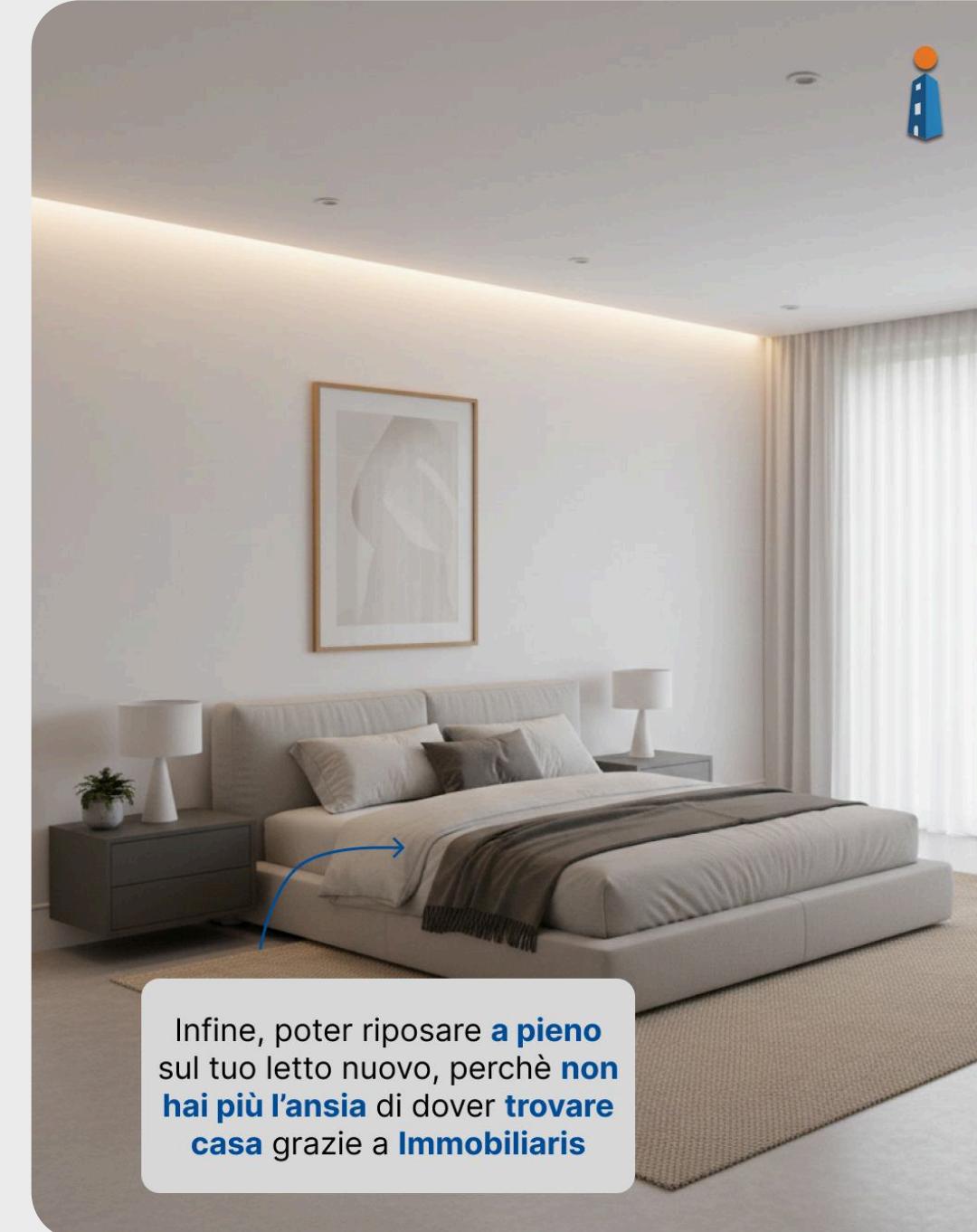
Obiettivo

Far desiderare all'utente quel risultato concreto e positivo, fino a spingerlo a iniziare il percorso per arrivarci.



Contenuti

Immagina il finale



Contenuti

Clienti come te

Storie reali di persone che hanno venduto o acquistato casa con Immobiliaris: cosa cercavano, quali dubbi avevano, come li abbiamo accompagnati e cosa hanno ottenuto.

Obiettivo

Creare legame umano con il brand, facendo sentire l'utente meno solo nelle sue paure e più accompagnato nelle sue decisioni.



Contenuti

Clienti come te

Il nostro cliente, Saverio, aveva un grosso problema:

I suoi annunci per vendere casa non ricevevano mai offerte.

Dopo un'attenta analisi, il nostro team ha capito il perchè:



Le foto erano tutte sfocate o scure, poco professionali ✗

→

Abbiamo quindi aiutato Saverio con il suo annuncio

Come?

caricando immagini professionali e di alta qualità.

Il risultato finale?



Siamo passati da questo... → A questo ✓

In meno di una settimana, grazie al nostro intervento, Saverio ha ottenuto:

Aumento delle visualizzazioni al suo annuncio

Aumento delle richieste di visita dell'appartamento

Riduzione del tempo di vendita

Maggior numero di **messaggi** da parte di persone veramente **interessate**

→

Hai un **dubbio**, un'**idea** o un **sogno da realizzare** in ambito **immobiliare**?

Contattaci

Troveremo insieme la soluzione migliore per te!



Contenuti

Funnel dei contenuti



Awareness



Pillole educative



Introducono concetti nuovi e creano consapevolezza: l'utente scopre cosa non sa

Consideration

Immobiliaris aiuta

L'utente riconosce un problema reale e capisce di aver bisogno di aiuto per risolverlo

Conversion

Immagina il finale

Mostra il risultato desiderato, spingendo l'utente a voler raggiungere quel traguardo ora

Loyalty

Clienti come te

Consolida la fiducia: dimostra che altri hanno scelto l'agenzia e ne parlano positivamente



Budget

Budget

Investimento produzione contenuti

Microfono per cellulare → **50€**

Stabilizzatore → **100€**

Luci portatili → **60€**

Cellulare → **800€**

1010€

Budget

Costi produzione contenuti

Short content	Riprese: $1.5 \text{ ore} \times (\text{€40 attore} + \text{€50 cameraman}) = \text{€135}$
	Editing: $2 \text{ ore} \times \text{€40} = \text{€80}$
	Totale per video: €215
Long content	Riprese: $2.5 \text{ ore} \times (\text{€40 attore} + \text{€50 cameraman}) = \text{€225}$
	Editing: $3.5 \text{ ore} \times \text{€40} = \text{€140}$
	Totale video lungo: €365
Totale	795€ a settimana → 3180 € al mese → 38.160€ all'anno

Budget

Costi variabili produzione contenuti

Brand Ambassador (agente) → **40€/h**

Cameraman → **50€/h**

Editing video → **40€/h**

130€/h

Budget

Scopo dell'Investimento

Obiettivo: organizzare le priorità per tipologia di piattaforma

- Creare visibilità e interesse (Meta, TikTok)
- Intercettare domanda attiva (Google Ads)
- Retargeting su utenti già coinvolti
- Trasformare traffico in lead reali

Budget

Costi delle campagne



Google Ads

Budget mensile: 536,50€

Percentuale di budget: 35,8%



Budget mensile: 950€

Percentuale di budget: 63,3%



Budget mensile: 13,50€

Percentuale di budget: 0,9%



Totale mensile → 1500€

Totale annuo → 18.000€

Budget

Costi delle campagne



Google Ads



18€/giorno



Competizione su keyword costose



31€/ giorno



Massimizzazione della frequenza su utenti che hanno già interagito

Budget mensile: 536,50€

Percentuale di budget: 35,8%

Budget mensile: 950€

Percentuale di budget: 63,3%

Indicatori KPI primo mese

Engagement Rate	0,8% - 1,2%	→ Poca conoscenza del brand
CPC Medio (Costo Click)	2,10€	→ Google 3,50€ Meta 1,50€
CTR (Click Through Rate)	0,70% - 0,90%	→ 1 Click su 100 persone all'ads
CPL (Costo per Lead)	60€ - 85€	→ Spesa per il contatto telefonico
Conversion Rate (Sito)	0,5-0,8	→ 1 su 200 compila il form
Reach (Copertura)	35.000 - 45.000	→ Alta competizione in Piemonte

I primi risultati

- 🎯 **Traffico al Sito:** generazione circa 600 - 750 visite totali al portale
- 🎯 **Lead Generati (Contatti):** tra i 17 e i 24 contatti in un mese
- 🎯 **Crescita dei follower graduale:** la viralità spesso attira un pubblico troppo giovane o non qualificato

Budget

Richiesta al cliente



Budget

Pacchetti Supporto

Pacchetto Starter (Solo Ads & Gestione Essenziale)



- **Gestione Campagne:** setup e ottimizzazione budget 1.500€ (Meta + Google).
- **Reporting:** report mensile base (KPI principali).
- **PED:** solo calendario editoriale (strategia), senza produzione dei video/grafiche
- **Costo mensile:** **690€**

Budget

Pacchetti Supporto

Pacchetto Growth (Full Service - Consigliato)



- **Social Media Management:** creazione e pubblicazione dei 7 contenuti settimanali (inclusi montaggio video TikTok/Reels e grafiche).
- **Reporting:** report approfondito bi-settimanale dei KPI
- **Gestione Campagne:** gestione avanzata budget Ads.
- **Community Management:** risposte ai commenti e messaggi (lun-ven).
- **CRM:** gestione base newsletter su Brevo.
- **Costo mensile:** **1890€**

Budget

Pacchetti Supporto

Pacchetto Scale (Advanced Data & Automation)



- **Tutto il pacchetto Growth**
- **Automazioni Avanzate:** setup flussi complessi su Brevo (recupero carrelli, nurturing automatico)
- **CRO (Conversion Rate Optimization):** analisi UX del portale e suggerimenti di modifica ai developer
- **SEO Off-page:** digital PR e link building base
- **Meeting:** 2 call di allineamento al mese
- **Costo mensile:** **3.190€**

Budget

Pacchetti Supporto

Pacchetto **Maintain**

- **Aggiornamenti di sicurezza:** Risoluzione e miglioramento sicurezza dati personali
- **monitoraggio uptime:** Monitoraggio mensile
- **1 intervento tecnico al mese:** Incontro con il cliente e controllo integrità dati
- **aggiornamenti funzionali, SEO periodica:** Aggiornamento e monitoraggio posizionamento sito
- **4 ore di supporto tecnico, gestione bugfix:** fix problematiche
- **Costo mensile: 190€**

Budget

Budget spesa primo anno

- Spesa iniziale** → Strategia iniziale + sito web = 22.000€
- Fee mensile** → Pacchetto Growth + pacchetto Mantain = 2.080€ al mese
- Budget Media** → Piattaforme ADS = 1.500€

Totale: 64.960€



Contatti

Contatti

Team Manager



Domenico Vardè

domenico.varde@edu-its.it



Simone Pizzorno

Simone.pizzorno@edu-its.it



Omar Benagoub

omar.benagoub@edu-its.it



Saverio Chiusolo

saverio.chiusolo@edu-its.it



Ilaria Mussano

ilaria.mussano@edu-its.it



Tommaso Allietta

tommaso.allietta@edu-its.it



Andrea Giraudo

andrea.giraudo@edu-its.it



Vittorio Cenni

vittorio.cenni@edu-its.it



Mayté Cachi

yossiani.cachi@edu-its.it

Progetto realizzato dal team **ConnectWork**

