

REAL ESTATE WORK BOOK

WORKBOOK REM

MERCATO LIBERO

Le fasi di successo di un'operazione immobiliare nel Libero Mercato

Ricerca dell'immobile ed analisi del mercato; Prima chiamata, sopralluogo; Acquisto dell'immobile



Leone Master School



LE FASI DEL SUCCESSO DI UN'OPERAZIONE IMMOBILIARE

Le tue operazioni immobiliari, dalla prima in start up o quelle successive, ti permetteranno di fare i profitti desiderati se seguiranno delle fasi prestabilite.

In questo workbook e nel corso del master, imparerai a dominare ognuna di queste fasi, garantendo la possibilità di entrare preparato a far parte del mercato più ricco e sicuro al mondo.



1° Capitolo RICERCA DELL'IMMOBILE ED ANALISI DEL MERCATO

La ricerca è una fase importantissima per un immobiliare, quasi la più importante. Essa si può suddividere in due macro-aree: la ricerca tramite privati, portali e la ricerca tramite agenzie.

RICERCA TRAMITE PRIVATI

Come si fa ad acquistare da privati? Hai mai sentito di persone anziane o persone che si devono trasferire che vogliono vendere un immobile? Oppure di immobili che vengono ereditati e dei quali ci si vuole liberare il prima possibile perché richiedono troppa manutenzione e costi infiniti per mantenerli?

Per riuscire a trovare questi immobili è sufficiente guardarsi intorno, avere relazioni con le persone (amici, parenti, conoscenti, amministratori, portinai)

Un altro canale molto interessante sono i classici cartelli "vendesi" affissi esternamente ai portoni o ai cancelli che dimostrano che è un privato e non un'agenzia ad aver il mandato di vendere l'immobile in quello stabile. Se troviamo quel cartello interessante, potremo contattare direttamente i venditori (assicurandoci che non ci siano agenzie di mezzo) e valutare l'acquisto, previo appuntamento per prima visita e sopralluogo.

Stai tranquillo! Con molta pazienza si troveranno immobili che si possono prendere a sconto anche del 30% rispetto al prezzo di mercato. Anche tramite privati.

RICERCA TRAMITE PORTALI

Il canale più ricco di opportunità è senza dubbio internet. Ci sono moltissimi portali, ma bisogna considerare e capire quali sono i più efficaci per la ricerca e con maggiori opportunità immobiliari. Se si sceglie un portale con poche di queste informazioni, fare la ricerca in essi è più impegnativo e spesso con risultati più scarsi.

Al netto di questa valutazione, risultano dunque esserci portali specializzati e con maggiori opportunità immobiliari, siti che possiamo catalogare come portali di "serie A".

Qui un elenco di tutti i siti di "serie A" per la ricerca di operazioni immobiliari:

↪ www.immobiliare.it

↪ www.idealista.it

↪ www.casa.it

N.B.

Il sito più ricco di immobili e con un filtro più efficace per la ricerca risulta essere www.immobiliare.it

Un altro aspetto importante da considerare è che i portali inferiori e più generici sono popolati soprattutto da privati o controllati comunque da meno competitor: potrebbero rivelarsi quindi una buona fonte per la ricerca.

Pertanto, riportiamo anche un elenco esaustivo di siti catalogati come di "serie B", che potrebbero, per ragioni diverse e in determinate occasioni, risultarti comunque utili.

Qui un elenco di tutti i siti di "serie B" per la ricerca di operazioni immobiliari:

↪ www.subito.it

↪ www.trovacasa.net

↪ www.wikicasa.it



12° CAPITOLO RISTRUTTURAZIONE...

Se sei giunto qui, vuol dire che hai stipulato un atto di vendita davanti ad un giudice e ad un notaio o ti sei aggiudicato un immobile all'asta e sei solo in attesa dell'ufficialità e timbratura delle tue richieste mosse in fase di compravendita o aggiudicazione.

Pertanto, che tu ti sia mosso nel libero mercato, nelle aste e con la strategia di saldo e stralcio, sei il proprietario dell'immobile. Hai ottenuto le chiavi in mano e puoi iniziare i lavori, assicurandoti il ROI previsto dal calcolo del tuo conto economico per questa operazione.

Durante la ristrutturazione devi già iniziare a pensare alla vendita... ... e quali sono gli strumenti da organizzare per facilitarla?



Il Rendering

Il Rendering (lett. "restituzione grafica") è il processo che permette di ottenere una rappresentazione realistica di un progetto architettonico a partire da un modello 3D.

Cosa significa renderizzare?

Con il termine renderizzare o rendering fotorealistico (o rendering, o più semplicemente render) si definisce il processo che permette di ottenere, a partire da un modello tridimensionale elaborato al computer, un'immagine artificiale molto realistica.

Più in dettaglio, è un'immagine elaborata al computer a seguito di una modellazione tridimensionale basata su dati di progetto; il modello geometrico realizzato viene rivestito con colori del tutto uguali ai materiali reali (texture) e illuminato mediante fonti luminose che riproducono quelle naturali o artificiali. Nel caso in cui i parametri vengano impostati ad imitazione di quelli presenti in natura (luce solare effettiva), texture fotografiche, inquadrature prospettiche reali, etc. allora il rendering può definirsi fotorealistico.

Dopo aver creato un'immagine statica, i fotogrammi possono anche essere visti in sequenza generando una vera e propria animazione: ad esempio è possibile "passeggiare" virtualmente attraverso i vani di una stanza.

Quindi, se una fotografia ha la funzione di illustrare qualcosa che già esiste, un rendering ha lo scopo di illustrare un'idea, un progetto, un modello che ancora non esiste per renderlo reale! Ecco quindi che il rendering fotorealistico diventa fondamentale nell'attività di progettazione architettonica.

I vantaggi del rendering

Pensiamo di sottoporre una semplice pianta quotata e magari qualche sezione di un appartamento a una persona non addetta ai lavori: probabilmente riuscirà a farsi un'idea degli spazi ma certamente non sarà in grado di avere una visione precisa del progetto. Sarà necessario illustrargli vari aspetti e fornirgli tutta una serie di informazioni, con evidente spreco di tempo e con l'effettivo rischio di incomprensioni e disaccordi (spesso anche in fase avanzata di progetto).

Cambiamo scenario e pensiamo invece di mostrare al cliente un rendering fotorealistico delle varie stanze della sua futura casa: in questo caso, infatti, il cliente avrà la possibilità di vedere concretamente gli spazi, i volumi, con tutti gli elementi che costituiranno i vani. Nulla sarà lasciato all'immaginazione! Grazie al rendering anche il cliente più avverso alla tecnologia potrà vedere e capire le diverse fasi del progetto, sentendosi immerso in una sorta di realtà virtuale in cui i volumi, gli arredi, gli spazi funzionali e gli accessori vengono definiti e visualizzati quando ancora non esistono. Il cliente è in grado di intervenire, proporre modifiche e partecipare attivamente al processo di progettazione: se ha dei dubbi o vuole effettuare modifiche lo dirà subito e sarà sicuramente più soddisfatto e sicuro delle decisioni prese.

Il rendering infatti è lo strumento che ti permette di far vedere l'aspetto, e di conseguenza il valore, che quell'immobile avrà a lavori ultimati.

Home Staging



L'Home Staging, esattamente come il Rendering, è una tecnica di marketing immobiliare che permette di far percepire ancora meglio al potenziale acquirente come potrebbe diventare l'immobile, al termine dell'allestimento.

Si tratta di un servizio personalizzato dedicato all'immobile, semplice ma estremamente efficace. Consiste infatti nell'allestire una casa in vendita, già ristrutturata, nel miglior modo possibile, affinché ne vengano esaltate le qualità e le caratteristiche di design.

L'obiettivo è quello di renderla pressoché perfetta per il mercato, così da venderla in minor tempo.

Un minimo investimento che mette in risalto gli spazi e la luminosità dell'immobile può permettere un ritorno sull'investimento immediato, concedendo, anche qui, un ROI su base annua quanto più elevato possibile.

Non solo: questo cambio di percezione sull'immobile, oltre che permetterci un ritorno sull'investimento in minor tempo, può permetterci addirittura un aumento del prezzo di rivendita!

Anche qui, esattamente come per la creazione di rendering, dovremmo andare a pubblicare il nostro annuncio di vendita con foto che mostrino il lavoro di home staging svolto.

La pubblicazione di queste immagini farà matematicamente avere un numero molto maggiore di potenziali clienti, che porteranno all'aumento di visite all'immobile e di conseguenza maggiore possibilità di rivendita.

Come avviene l'intervento dell'home staging?

Lo scopo di ogni intervento di home staging dev'essere la creazione, nel minor tempo possibile, di un ambiente armonico, luminoso, accogliente, ma allo stesso tempo neutro, grazie ad arredi e complementi comunicativi coerenti con il progetto globale.

Ogni intervento di home staging si suddivide in due macro-fasi:

- ↳ Analisi e progettazione
- ↳ Realizzazione degli interventi

Analisi e progettazione

Durante una prima visita dell'immobile, l'home stager studia lo spazio nella sua totalità: metri/quadri, proporzioni, illuminazione e colori, con l'obiettivo di valutarne pregi e difetti in maniera obiettiva.

Analizza poi il mercato, il target di riferimento, il luogo e i trend di consumo.

Sulla base di questa ricerca preliminare, presenta quindi una dettagliata proposta di progetto con una valutazione dei tempi di realizzazione, dei costi e del prezzo di vendita, con e senza il proprio intervento.

Infine, calcola il potenziale ROI dell'intera operazione.

Il progetto deve comprendere anche un adeguato piano marketing e di comunicazione che presenti:

- ↳ identificazione di strumenti di comunicazione, media e piattaforme online dove pubblicizzare la vendita dell'immobile
- ↳ proposta di fornitori di servizi fotografici professionali
- ↳ redazione di annunci efficaci, studiati sulla base del target e del mezzo di comunicazione
- ↳ proposta di ulteriori forme di comunicazione (es. rendering 3D, video emozionali).

Realizzazione degli interventi

Il tuo progetto adesso è su carta. Lo hai scelto, combinando i vari elementi e tutto è armonioso con la tipologia di trasformazione che intendi fare.

Adesso è arrivato il momento di realizzarlo.

1

Devi coordinare la tua squadra di ristrutturazione.

2

Scandire i tempi di realizzazione di ogni singolo avanzamento dei lavori stabilendo una vera e propria tabella di marcia, in modo da metterlo sul mercato il prima possibile e rientrare subito dell'investimento fatto.

3

Se hai già un acquirente per la vendita del tuo immobile trasformato, potresti trovarti a gestire anche i gusti dei futuri proprietari. Da un lato per te significherebbe una maggiore personalizzazione dell'immobile, aumentando l'attaccamento e il valore dello stesso realizzando la casa che effettivamente quella famiglia sogna, dall'altro potrebbe portarti via tanto tempo nel coordinare anche i loro capricci o cambi di preferenze, oltre a un cantiere che deve necessariamente procedere.

13° CAPITOLO RIVENDITA DELL'IMMOBILE

Una volta ultimati i lavori arriva il momento più importante del processo: quello di monetizzare, assicurandoti il tuo ritorno sull'investimento.

Ovviamente non farti trovare impreparato. Come ben sai, le tempistiche con cui sviluppi un'operazione incidono significativamente sul ROI.

Di conseguenza, quando ti stai avvicinando al termine dei lavori, inizia già a comunicare la tua intenzione di vendita.

La tua rete è un perfetto punto di partenza, ma procediamo per step: vediamo quali sono i canali di vendita a tua disposizione per poter vendere il tuo immobile una volta restaurato.

1° Canale di vendita: agenzie immobiliari

Le agenzie immobiliari sono dei referenti fondamentali, purché siano valide.

Se la vendita di un'abitazione viene fatta in fretta e senza perdere tempo, la via dell'agenzia immobiliare può risultare infatti la migliore.

Le agenzie immobiliari sono ben distribuite sul territorio e rappresentano un'ottima vetrina con le offerte immobiliari che riguardano tutti i quartieri delle aree metropolitane.

Non ci sono sostanziali differenze tra i servizi offerti dalle piccole agenzie a conduzione familiare e quelli garantiti dai grossi network, più conosciuti e distribuiti più capillarmente anche su tutto il territorio nazionale.

L'unica eccezione è la base di clientela potenzialmente raggiungibile grazie alla dotazione di grosse banche dati.

Nei grandi gruppi infatti possono confluire migliaia di persone che cercano casa alle quali tutti gli affiliati possono accedere mediante il database comune.

Il modo migliore per iniziare a vendere il tuo immobile tramite le agenzie immobiliari è far partire la vendita appena si acquisisce l'immobile, ancor prima dei lavori di ristrutturazione, facendo effettuare la vendita su carta tramite progetti e rendering.

Appena inizieranno i lavori, si potranno far fare delle visite al cantiere in orari e giorni prestabiliti in modo da poter mostrare l'esistenza di ciò che si stava proponendo su carta.

Questo servirà a rassicurare il potenziale acquirente che l'immobile al quale sono interessati è già in fase di ristrutturazione ed a breve quindi potranno averlo per andarci a vivere.

Ovviamente inizialmente si darà la vendita dell'immobile all'agente che vi ha aiutato nell'acquisizione dell'operazione ma il mandato dovrà durare un tempo determinato (dai 60 ai 90 giorni) in modo che lui si impegni molto a vendere. Il nostro ROI dipende anche dal tempo e noi dobbiamo vendere il prima possibile!

Qualora nei giorni prefissati non riesca a vendere il vostro immobile, sarà il caso di affidare

la vendita ad uno dei nostri agenti immobiliari più performanti che abbiamo fra i nostri contatti, anch'esso con tempistica limitata. Dare il mandato a più agenzie contemporaneamente creerebbe confusione e potrebbe essere controproducente poiché gli acquirenti tenderanno a vedere l'immobile con più agenzie pensando di riuscire a spuntarla con uno sconto maggiore. Spesse volte queste situazioni si concludono con discussioni e problemi vari piuttosto che con vendite vere e proprie.

2° Canale di vendita: tu stesso grazie ad Internet

Usa Internet per fare pubblicità al tuo immobile!

Da qualche anno Internet ha conquistato la fiducia di migliaia di persone che intendono comprare o vendere un appartamento.

La rete è diventata infatti una vera miniera di annunci, notizie e informazioni.

La maggiore difficoltà è conoscere i migliori siti e tra questi iniziare a capire quali siano i più indicati per le tue esigenze.

Tuttavia, l'aggiornamento non è immediato e quindi le date dell'annuncio, troppo datate o del tutto assenti, possono risultare un deterrente per il potenziale acquirente.

Molti siti hanno anche sezioni con indicazioni utili su legislazione, mutui, formulari e consigli sulla compravendita.

3° Canale di vendita: tu stesso con annunci e passaparola

Usa anche cartelli, passaparola (vicini, parenti, amici), annunci pubblicitari.

Estremamente importante è la collocazione di cartelli nell'atrio e sul cancello di ingresso del condominio perché molti dei clienti potenziali acquirenti sono le persone che già abitano nello stabile o che vi risiedono nelle vicinanze e desiderano comprare l'appartamento per motivi "emozionali", ad esempio la vicinanza ai figli.

Da qui, lo step successivo è fissare gli incontri, possibilmente ravvicinati così si evitano ritardi o assenze. In questo caso ti consiglio di armarti di pazienza e organizzazione.

Visti i canali di rivendita, vediamo qual è la documentazione che devi avere pronta per la rivendita del tuo immobile e concludere l'operazione alla grande, ottenendo finalmente il tanto sudato e atteso ROI!

Prima di tutto diciamo che la documentazione è uguale a quella necessaria per qualsiasi altro immobile.

I PRO E I CONTRO DI OGNI CANALE DI VENDITA

Vendita attraverso Agenzie Immobiliari

PRO

Vengono a visitare gli immobili solo gli acquirenti che si interessano davvero

La trattativa può risultare più semplice

Tutti i controlli possono essere effettuati dall'agenzia

CONTRO

È più costoso per i costi di provvigione

È vincolante se si sigla un contratto in esclusiva

Vendita attraverso il Network

PRO

Comodità e Rapidità

Possibilità di controllare facilmente centinaia di potenziali acquirenti

CONTRO

La selezione dei potenziali acquirenti non sempre è facile per la mancanza del contatto umano

Non sempre gli annunci sono aggiornati e corrispondono alle offerte reali. Pertanto gli acquirenti sono meno interessati effettivamente all'acquisto

È sempre necessario visitare gli immobili, fissare un appuntamento con il potenziale acquirente

Vendita attraverso Annunci

PRO

Si risparmia la spesa per la provvigioni

La vendita può essere fatta con i propri ritmi e senza essere pressati

Maggiore possibilità di instaurare una relazione "di confidenza" perché le persone preferiscono trattare direttamente con il proprietario rispetto all'intermediario

CONTRO

Si rischia di perdere troppo tempo

La trattativa può risultare più complessa

Tutti i controlli sulla solvibilità dell'acquirente andranno effettuati da soli