



MARKETING SPECIALIST
Real Estate

DA 5 A 30 VALUTAZIONI AL MESE

Caso studio
di un'agenzia
di successo
grazie al
marketing
interno

IN 9 MESI:

**4.700.00 € VALORE IMMOBILIARE
ACQUISITO DAL MARKETING**

**283.000 € PROVVIGIONI
MATURABILI DAL MARKETING**

**64.000 € PROVVIGIONI
GIÀ MATURATE**



Indice

- PANORAMICA INIZIALE Pag. 1
- INDIVIDUARE I CANALI DI ACQUISIZIONE Pag. 3
- GESTIONE DEL LEAD Pag. 5
- STATISTICHE Pag. 7
- ABBI PAZIENZA Pag. 9
- I NUMERI DI BENIMMOBILI DOPO 1 ANNO Pag. 11
- CONCLUSIONI Pag. 13

PANORAMICA INIZIALE

In questo caso studio vi mostreremo dati alla mano, come abbiamo portato Benimmobili agenzia immobiliare leader di Brescia, a fissare autonomamente 30 valutazioni mensili.

Inizialmente, Benimmobili aveva una media di 5-7 valutazioni mensili, generate esclusivamente dagli agenti senior e tramite contatti personali.

Cosa non andava?

Benimmobili non aveva una figura interna che gestisse il marketing, questo per forza di cose si tramutava in una totale assenza di valutazioni fissate dai canali di marketing.

Il primo step è stato proprio quello di andare a selezionare ed inserire nel team un marketing specialist specializzato nel settore immobiliare e in linea con i valori aziendali.



L'inserimento di un marketing specialist **dopo solo pochi mesi** ha permesso a Benimmobili di essere in grado di fissare mediamente **30 valutazioni al mese**, generate da agenti junior tramite la gestione ottimale dei lead generati dalle campagne social .

Ma quali sono stati gli step necessari e le azioni messe in campo dal **marketing specialist** per arrivare in così poco tempo ad un risultato così straordinario?

Ora vi spiegheremo step by step come **anche tu puoi raggiungere questo risultato.**

INDIVIDUARE I CANALI DI ACQUISIZIONE

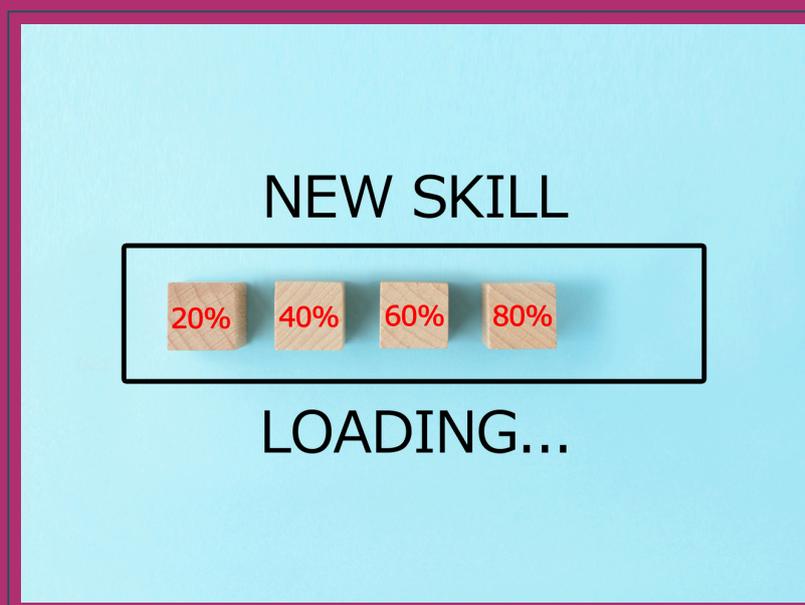
Il primo step necessario è quello dell'individuazione di tutti quei canali che possono generare **lead di qualità ad un costo contenuto**.

In questo caso specifico il Marketing Manager di Benimmobili ha speso due mesi di tempo per testare diverse tipologie di campagne su diversi canali, diversi stili di comunicazione e angoli di attacco, per arrivare a definire i **5 canali principali di acquisizione e definire un costo per lead sostenibile**.

Tale azione è **fondamentale** per poi iniziare la fase di gestione del lead. **Come possiamo pensare di avere una macchina da lead che funziona se prima non selezioniamo i migliori componenti e non abbiamo certezza del loro funzionamento?**



Dopo due mesi di test e analisi dati sono stati selezionati i seguenti canali come canali di acquisizione di lead venditori:



- Meta ads
- Google ads
- Lead immobiliare.it
- Lead idealista.it
- Lead Borsino.org

**MA ORA, COME DEVONO
ESSERE GESTITI QUESTI LEAD?**

GESTIONE DEL LEAD

Questa fase è sicuramente **tra le più cruciali**, ed è proprio dove spesso cadono e sbagliano la maggior parte delle agenzie immobiliari.

Fin da subito deve essere definita **una gestione ottimale del lead**: questo vuol dire selezionare le figure consone a svolgere la figura del commerciale telefonico, questa figura deve essere **formata, accompagnata, motivata e seguita**, deve essere inoltre una figura con una grande dedizione all'ordine e al lavoro di squadra.

Il nostro consiglio è quello di creare un team di almeno **2/3 persone** che possano gestire i lead insieme, imparare l'uno dall'altro e motivarsi a vicenda.

MA QUESTO NON BASTA.



Qua entra in gioco di nuovo il ruolo del **Direttore Commerciale**.

In questa fase il Direttore Commerciale deve seguire con attenzione le chiamate, **fornire e affinare gli script** diversificati per ogni canale di acquisizione e motivare i commerciali.

Inoltre ha un ruolo fondamentale nella **stesura delle procedure, dell'archiviazione e nella stesura di statistiche** funzionali a comprendere al meglio l'andamento delle chiamate.

Inoltre deve, con il Marketing Manager, **garantire la qualità e costante flusso di lead**.

STATISTICA

Essere imprenditore vuol dire **sapersi muovere con i numeri e non a sentimento.**

Soprattutto nelle chiamate prende un'importanza rilevante l'analisi dati e la stesura di **statistiche** per monitorare l'andamento delle azioni di marketing.

Il tuo Marketing Specialist ha il dovere di monitorare e stilare delle statistiche a te **chiare**, e che ti permettano di comprendere quanto sta **rendendo il tuo investimento** nella raccolta di lead e nell'allocazione di tempo dei tuoi agenti.

Ma quali sono le statistiche che dobbiamo monitorare? e quando le possiamo definire "buone"?





Ecco le statistiche di Benimmobili di **Gennaio 2025**, queste ti aiuteranno a comprendere quali dati tenere sotto mano e quali risultati aspettarti.

Numero di lead raccolti: **550**

Numero di chiamate reali: **330**

Numero di valutazioni fissate: **23**

Numero di acquisizioni: **6**

Da questi dati evinciamo:

Tasso di realizzazione chiamata/valutazione: **7%**

Tasso di acquisizione/valutazione: **26%**

Non aspettarti la **monetizzazione immediata** e il ritorno dell'investimento nel breve periodo.

Un altro dei principali motivi per cui la maggior parte delle agenzie **falliscono** nella costruzione di un reparto di acquisizione basato sul telemarketing è proprio la **mancanza di pazienza** che porta la maggior parte di questi a mollare proprio quando l'aereo **sta per prendere il volo**.

**ABBI
PAZIENZA**

Ma lascia che ti spieghi meglio.

Ipotizziamo una prima fase di testing di **2/3 mesi** in cui il tuo responsabile marketing definisce e trova il metodo di fornirti con costanza lead di qualità.

Questa è una fase di **puro investimento** per l'azienda. Ricordati, stai lavorando per un futuro che ripagherà abbondantemente il tuo investimento.

Una volta passati i primi 2/3 mesi, i tuoi agenti junior o i tuoi commerciali inizieranno a chiamare. In questa fase inizierai a **fissare le prime valutazioni**, ma sai meglio di noi quanto può essere lungo il processo di monetizzazione dal primo contatto al saldo della provvigione di vendita.

Dopo l'esperienza di Benimmobili abbiamo stimato questo tempo **in 6 mesi**.

Questo vuol dire che molto probabilmente non vedrai **nessun ritorno sull'investimento prima di 8/9 mesi**.

Serve pazienza, perché quello che succederà dopo questi 8/9 mesi.



I NUMERI DI BENIMMOBILI DOPO 9 MESI

Come accennato poco fa, se avrai seguito **tutti gli step** con la giusta attenzione senza mai perdere il focus, la fiducia e il controllo sul tuo lavoro, quello che succederà dopo 8/9 mesi ti lascerà **senza parole**.

Oggi voglio condividere con te i **numeri di Benimmobili** dopo poco più di un anno dall'inserimento del loro Marketing Specialist e dall'inizio della realizzazione della loro macchina da acquisizione.

In primis siamo passati da una media di **5-7 valutazioni al mese a 30**.

Nel giro di un'anno sono stati acquisiti ben **27 immobili con un valore medio di 4.700.000 €**.

Provvigione media: 21.000€



Di questi **27 immobili acquisiti**, 6 sono già stati venduti e hanno già maturato **provvigioni per un totale di 64.000€**, mentre le provvigioni ancora da maturare sono di circa **283.000€**.

L'investimento totale invece:

Costo lead: $2000€ \times 8 = 16.000€$

Costo totali= **24.000€**

Provvigioni maturate: **64.000€**

Provvigioni da maturare: **283.000€**

CONCLUSIONE

Come puoi notare dai numeri appena analizzati Benimmobili ad oggi ha recuperato completamente l'investimento, in fronte a 16.000€ di costi sostenuti ha incassato 64.000€.

Ma andiamo più a fondo.

In primis abbiamo recuperato totalmente il costo del marketing (che oltre che seguire la lead generation svolge anche altre mansioni) più tutti i costi pubblicitari per il raccoglimento dei lead (si parla oltre ai lead di circa 4 milioni di visualizzazioni social sul territorio bresciano).

CONCLUSIONE

Ma oltre a tutto questo abbiamo ancora 283.000€ di provvigioni da maturare, e abbiamo passato la fase più impegnativa del processo.

Abbiamo acceso la macchina.

E questa macchina ora porterà ogni mese almeno 20 valutazioni e 5-6 acquisizioni.

TI IMMAGINI COME SARANNO QUESTI CONTI TRA UN'ALTRO ANNO?

Se hai letto questo caso studio, sei già un passo avanti.

Per questo motivo abbiamo deciso di aiutarti, con un bonus omaggio, nella tua crescita.

Avendo scaricato questo caso studio, hai diritto ad una call direttamente con il responsabile marketing che ha realizzato questo lavoro!

Clicca qui sotto e fissa subito il tuo appuntamento, sentire raccontare questo caso studio direttamente da chi ha messo in atto tutte le azioni sopracitate darà uno sprint all'implementazione di questa strategia nella tua agenzia!

Non perdere questa occasione!

**FISSA ORA UNA
CALL DI ANALISI
DEL CASO STUDIO**



MARKETING SPECIALIST
Real Estate

CONTATTI



Alessandro Mazzeo
Founder Marketing Specialist
+39 333 209 5560



a.mazzeo@themarketingspecialist.it



www.themarketingspecialist.it

