



sinergie al servizio dei  
professionisti immobiliari

# **IDENTITÀ E VALORE AZIENDALE PER FARE LA DIFFERENZA**

Saper comunicare se stessi e la propria impresa per  
acquisire e fidelizzare i clienti

MILANO  
LODI  
MONZA BRIANZA



**F.I.M.A.A.**

INTANTO, CI PRESENTIAMO



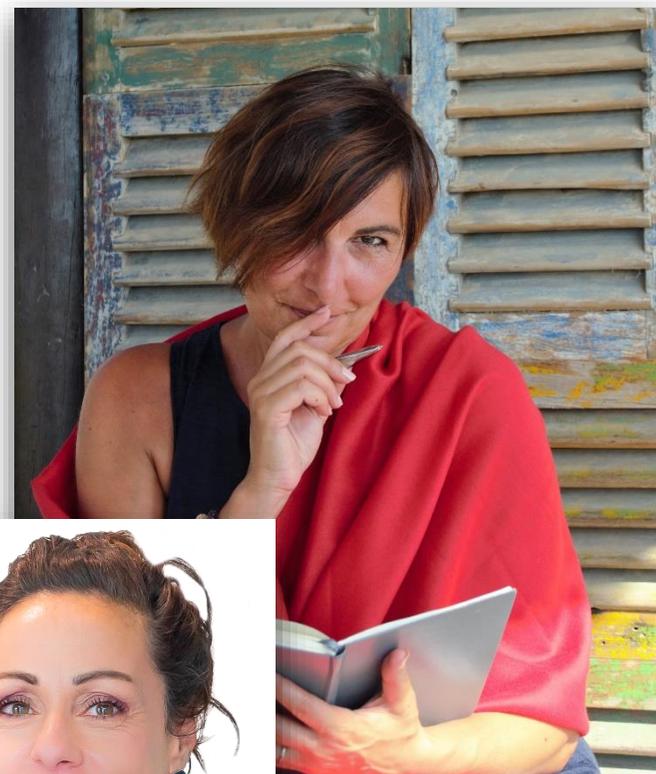
sinergie al servizio dei  
professionisti immobiliari





OVVERO

Guarinelli, Avonti, Di Gioia...



E' stata proprio la condivisione della nostre  
esperienze professionali che ci ha permesso  
un confronto sulle realtà  
dei professionisti immobiliari  
di cui avevamo esperienza.



Ognuna di noi coglie aspetti differenti  
perché il proprio angolo di  
osservazione professionale è  
differente.





## VALENTINA GUARINELLI

Da oltre 30 anni mi occupo di comunicazione di prodotto, ed ho seguito la nascita e l'evoluzione di brand di largo consumo e la loro promozione sul mercato. Ho lavorato per importanti agenzie di design ricoprendo il ruolo di art director e di account manager. Da 10 anni, come libera professionista, offro la mia consulenza a piccole/medie aziende e a multinazionali. Dal 2016 ho inserito fra le mie competenze la valorizzazione e la comunicazione immobiliare.





## ROBERTA DI GIOIA

Dopo una laurea in Linguaggi dei Media entro a far parte del mondo del giornalismo e inizio a collaborare con redazioni giornalistiche televisive e riviste di moda:

la comunicazione è sempre stata la mia grande passione!

Formatrice, esperta in competenze trasversali e consulente di immagine, aiuto i professionisti a mostrare, anche visivamente, il proprio valore.

Avere le competenze non basta, bisogna farsi scegliere.

Sempre alla ricerca di nuove sfide, nel 2015 decido di applicare le mie competenze in comunicazione visiva dando vita a Home Staging e Dintorni, studio di consulenza in valorizzazione, comunicazione e marketing immobiliare.

Accompagno agenti immobiliari, costruttori e investitori nella realizzazione di un annuncio immobiliare vincente.





## ELENA AVONTI

Intorno ai vent'anni, inseguendo un sogno, lascio l'Italia per vivere tra Toronto, Vancouver e Los Angeles. Qui frequento Environmental Arts All'Otis Parsons School, studiando design, arredamento e fotografia. Rientrata in Italia mi trasferisco a Milano e lavoro come arredatrice d'interni e home stager.





## CRISTINA AVONTI

Adoro il Design e per questo mi  
laureo in Architettura al  
Politecnico di Torino.

Sono un'arredatrice d'interni da sempre.  
Amo conoscere i mobili, come abbinare i colori e  
scegliere  
la giusta finitura per ogni ambiente, gestire le luci e  
creare atmosfere.



tutte siamo giunte alla medesima  
conclusione:

**QUANTO SIA IMPORTANTE VEICOLARE  
CON COERENZA  
IDENTITÀ E VALORI AZIENDALI**





## **COSA SI INTENDE PER BRAND IDENTITY**

Il brand è l'idea che rimane nella mente  
e può riuscire a far parlare le persone di te



Presentarsi con un'immagine unica, una veste attraente, un'identità coerente e coordinata contribuisce a farti ricordare



**FARE PROMESSE E MANTENERLE  
È UN OTTIMO METODO  
PER COSTRUIRE UN BRAND**  
(Seth Godin)



Creare o rilanciare una giusta immagine coordinata aziendale è un'attività complessa che per essere efficace, richiede l'integrazione di un grande numero di competenze appartenenti a settori distanti tra loro:

- **BRAND DESIGN**
- **COMUNICAZIONE**
- **MARKETING**
- **INTERIOR DESIGN**



# **COSA SI INTENDE PER CREAZIONE DEL BRAND DESIGN**



## Il marchio è il primo elemento visivo della tua attività



# Prima ancora di conoscerti personalmente i tuoi clienti interagiscono con la tua immagine grafica.

The screenshot shows the homepage of immobiliare.it. The navigation bar includes the logo, a 'PUBBLICA ANNUNCI' button, and a user profile icon. The main content area displays three real estate listings, each with a placeholder image labeled 'IL TUO LOGO' and a 'CONTATTA' button.

- Listing 1:** Located near a bus stop and school, offering a semi-detached house on two levels. The house features a kitchen, living area, and an internal staircase leading to the first floor.
- Listing 2: Quadrilocale Strada Cascina Spelta**  
Price: € 240.000 | 4 locali | 135 m<sup>2</sup> superficie | 2 bagni | 3 piano | immobile garantito  
**Appartamento in vendita**  
Se avete deciso di vivere in una casa ubicata in una zona semicentrale poco distante dalla tangenziale per Milano e a quindici minuti dal centro storico circondata da una zona piena di verde, quello che vi stiamo per proporre è l'immobile che fa per voi. Posta ad un terzo piano con ascensore, l'appartamento così si presenta: ingresso, ampio salone ...
- Listing 3: Bilocale via Marchesi 9, Crosione**  
Price: € 80.000 | 2 locali | 52 m<sup>2</sup> superficie | 1 bagno | 1 piano  
www.tecnorete.it  
Campo Coni - In palazzina anni '70 a ridosso di mezzi di trasporto e a poca distanza dal centro commerciale Carrefour, proponiamo Bilocale al piano terra. L'immobile ha l'ingresso sul soggiorno con angolo cottura, mediante disimpegno si raggiunge il bagno con ampio box doccia e la camera matrimoniale. L'immobile è in buono stato...

Il tuo marchio, quindi, li attrae per

- **forma**
- **colore**
- **contenuti**

e poi, li dovrebbe seguire passo passo,  
in ogni attività o servizio che offri



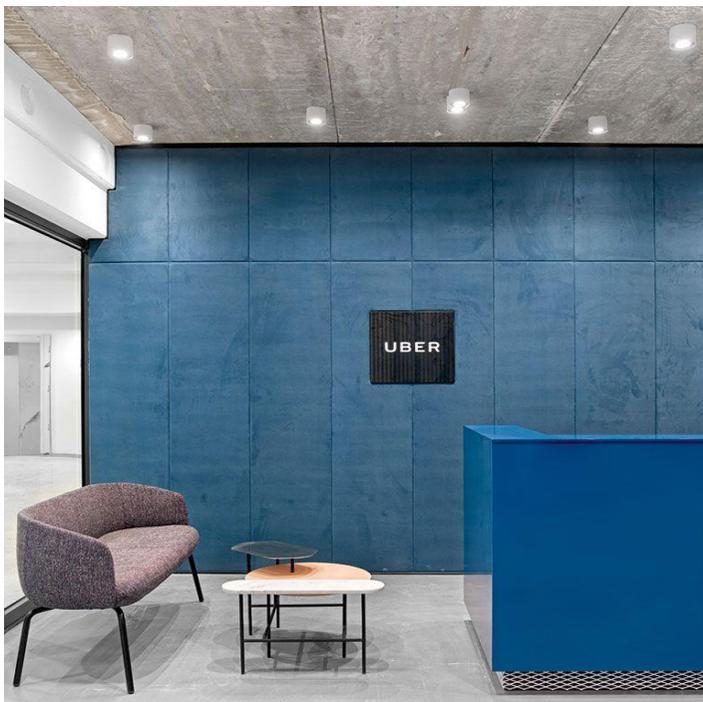
il tuo marchio deve trovare posto  
all'interno del tuo ufficio o agenzia



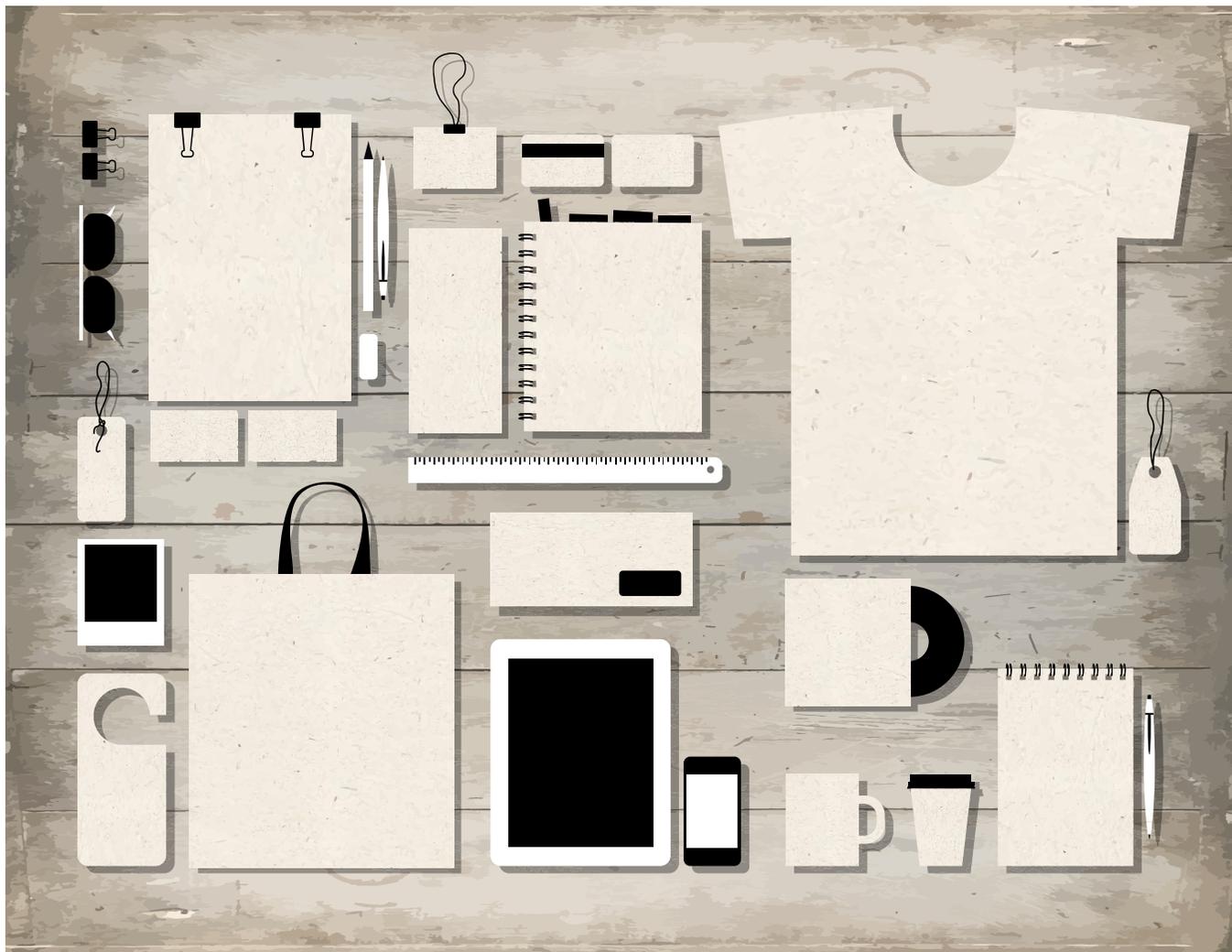
**COME?**



Innanzitutto, dovrebbe essere presente realmente



ma anche in tutti i materiali che utilizzi nel tuo lavoro



**UN MARCHIO NON SI ESPRIME  
SOLO CON I COLORI**



Anche lo stile grafico con cui è realizzato deve trovare corrispondenza con il tuo design.

Logo ed arredi o spazi architettonici dovrebbero parlare la stessa lingua, perché insieme racconteranno il tuo modo di lavorare ed i tuoi valori.



In questo modo l'aspettativa di chi si è avvicinato a te non verrà delusa nel momento in cui varcherà la tua soglia e anzi, **troverà quell'ambiente professionale** che hai raccontato a partire dal tuo marchio.





**IL PRIMO STRUMENTO DI MARKETING SEI TU**



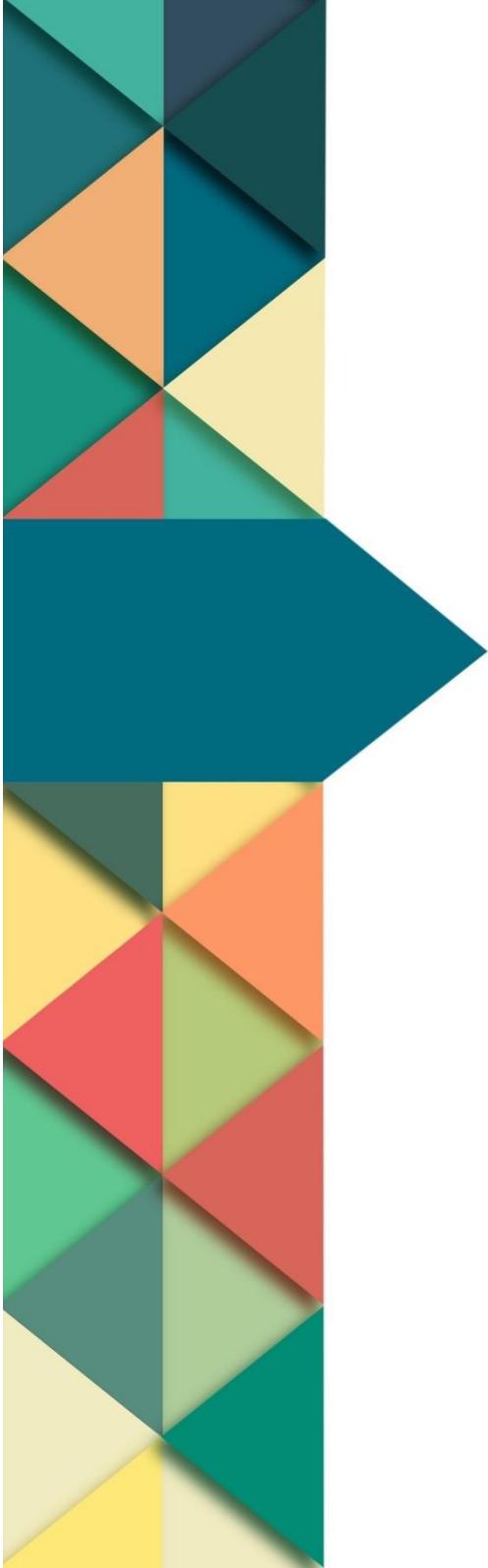


CANON LENS EF 28mm 1:1.8

CANON

LENS MADE IN JAPAN

φ58mm



**CREDIAMO A QUELLO  
CHE I NOSTRI OCCHI VEDONO**



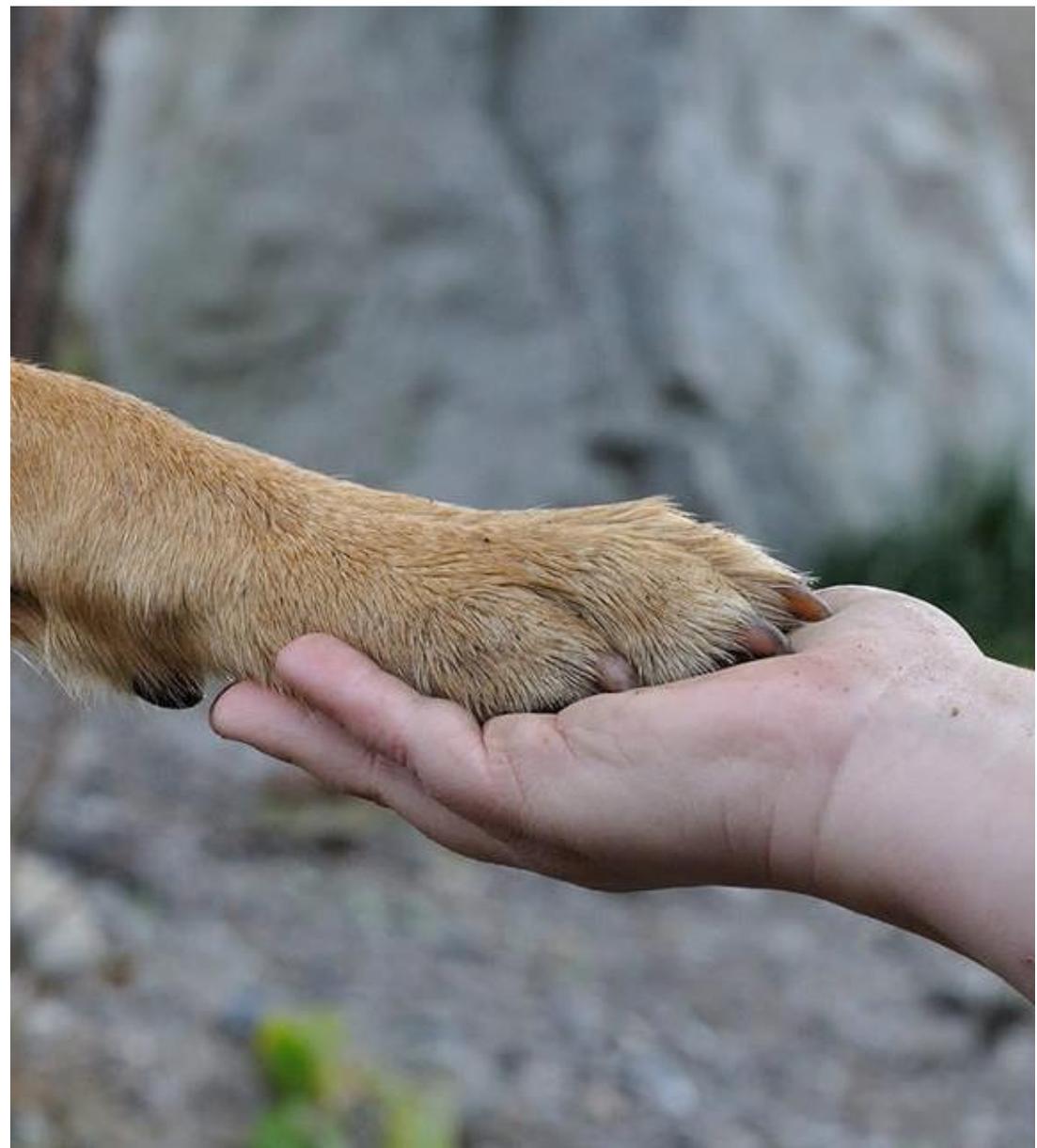
Macchina verde

POTERE

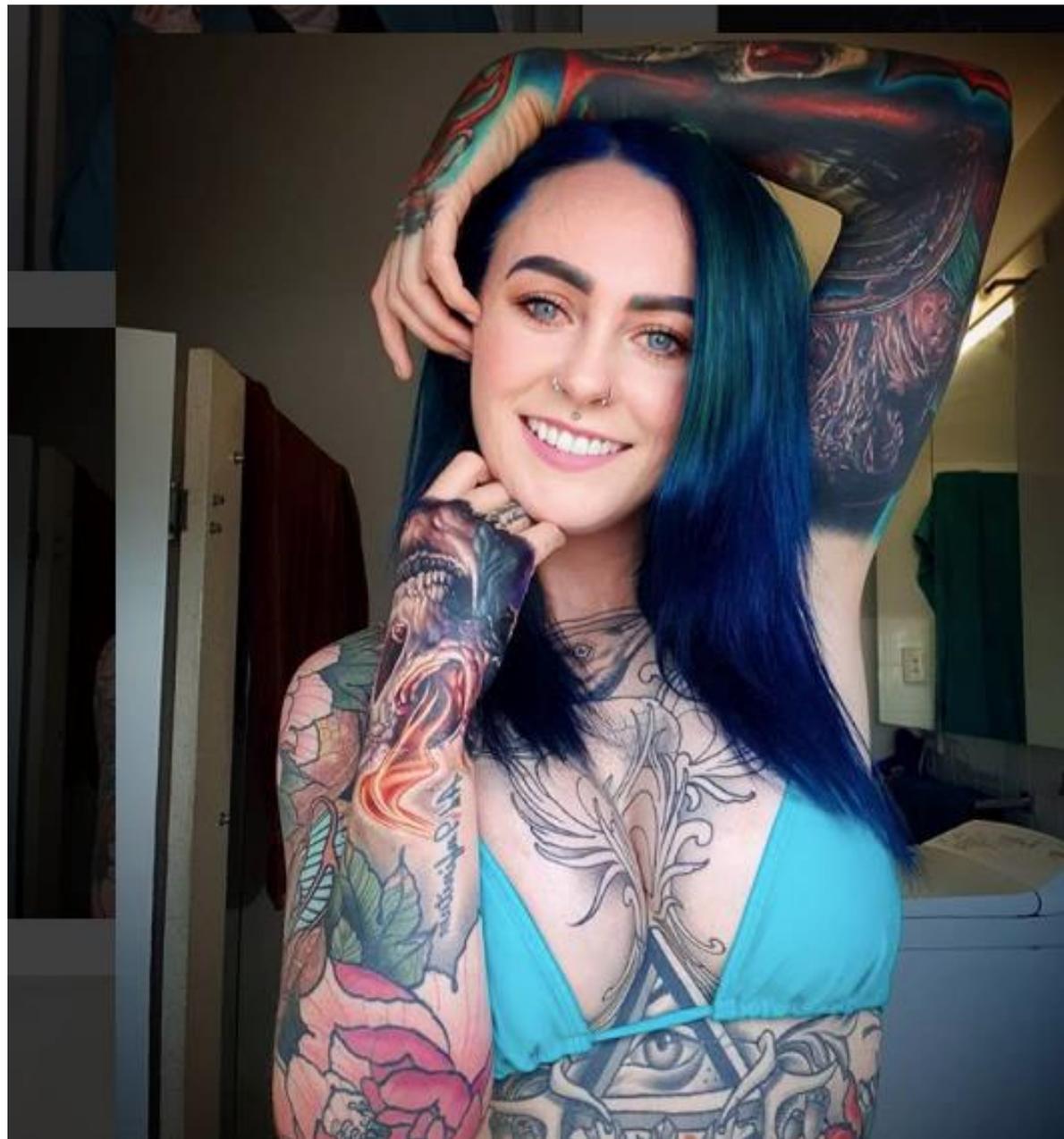


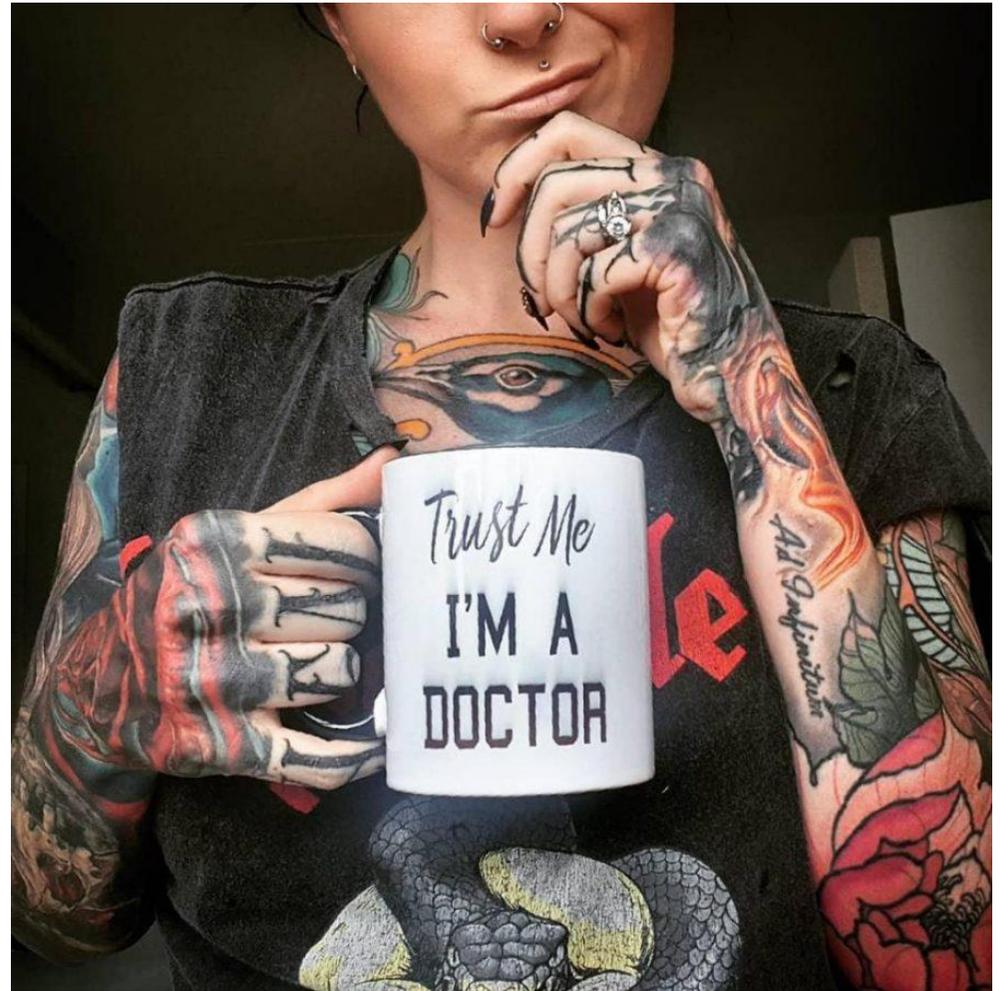
Attraverso la tua immagine puoi

- ✓ comunicare professionalità
- ✓ comunicare competenza
- ✓ portare gli altri a fidarsi di te
- ✓ attirare clienti in target
- ✓ mostrare i valori aziendali
- ✓ distinguerti
- ✓ farti scegliere

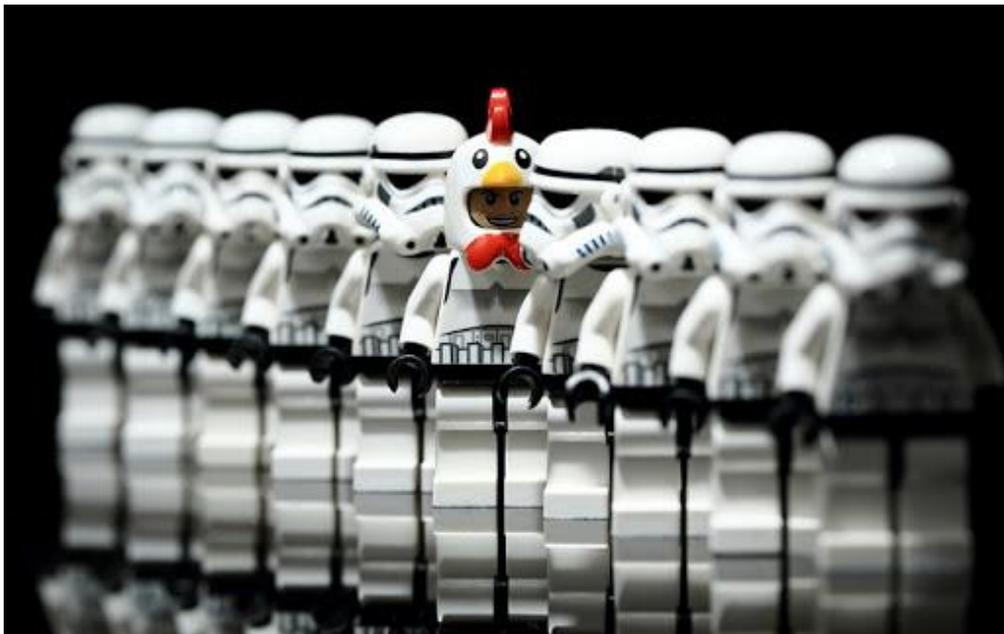


Che lavoro fa?









Non esiste uno stile unico per tutti.

L'abbigliamento deve rispecchiare i tuoi valori o i valori della tua azienda.



# I CAPI danno forma alla comunicazione



Gli ACCESSORI parlano di personalità, status, interessi, valori



# I COLORI possono rafforzare o smorzare il messaggio comunicativo



# Steve Jobs

- Praticità
- Tecnologia facile
- Minimalismo





**CREARE UN PERSONAGGIO SIGNIFICA  
MOSTRARSI STRATEGICAMENTE AGLI ALTRI**

L'apparenza da  
sola è una maschera



La sostanza da  
sola è invisibile



Sul web, come nella  
vita devi presentarti  
**con l'abito buono**





Dove sono i clienti?







sinergie al servizio dei  
professionisti immobiliari

**Comunicare in modo efficace** i propri valori e i propri servizi **riduce le obiezioni** e ti pone in una situazione di **vantaggio nella negoziazione**

*Perché devo pagare una provvigione così alta?*

*Perché devo darti un'esclusiva?*



What's your story?



# GLI SPAZI SONO LUOGHI CHE COMUNICANO



L'obiettivo è quello di creare un'immagine unica, una veste attraente, un'identità coerente e coordinata.



# PROGETTARE L'ESPERIENZA DEL CLIENTE ATTRAVERSO IL PRODOTTO E NELLO SPAZIO FISICO



# COME SARÀ LO SPAZIO FISICO DELL'AGENZIA IN FUTURO?



# SPAZI FLUIDI E POLIVALENTI



# ISOLAMENTO ACUSTICO



# INTEGRAZIONE

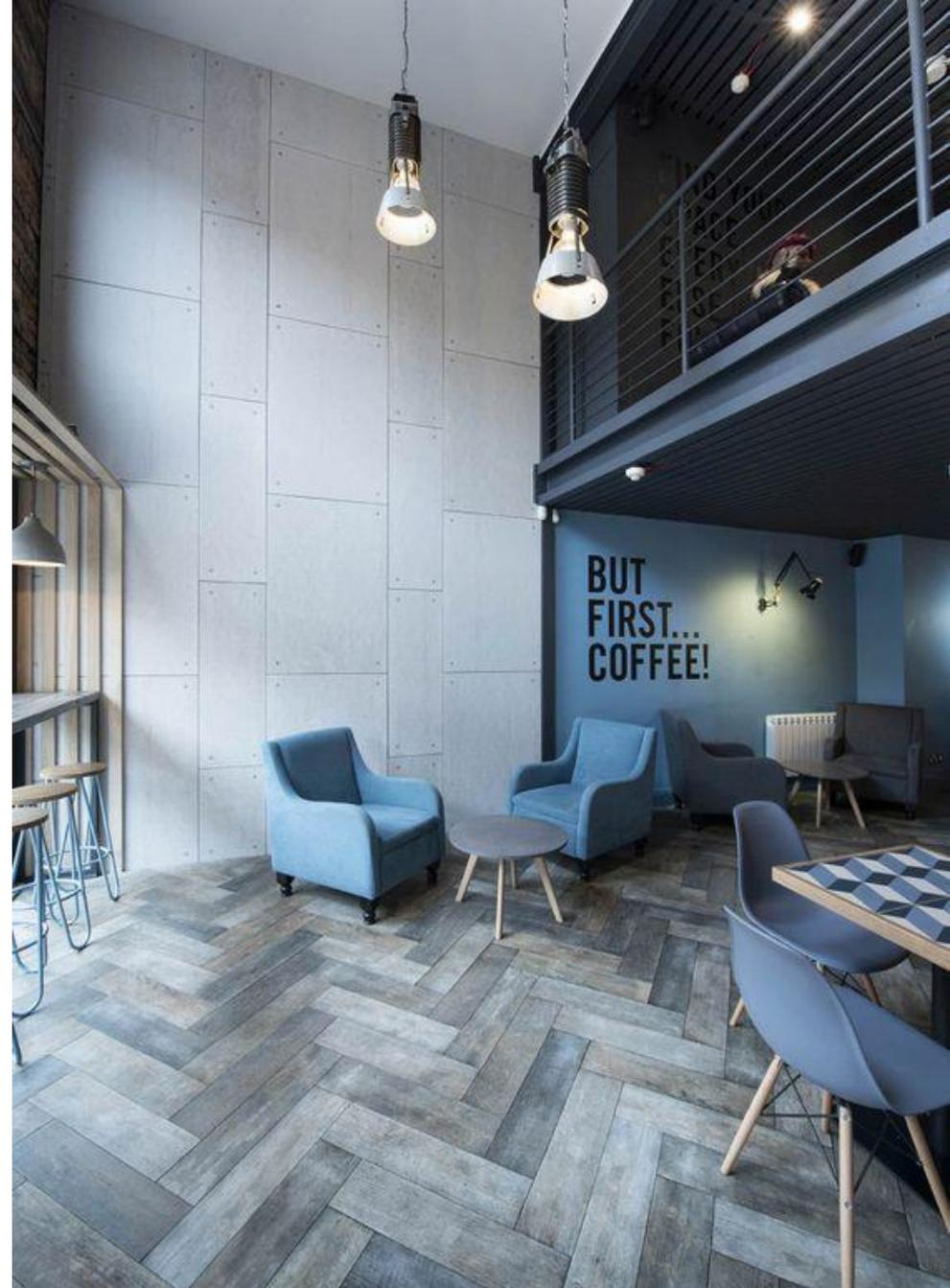
tra arredi ufficio e mobili adatti alla vita di tutti i giorni

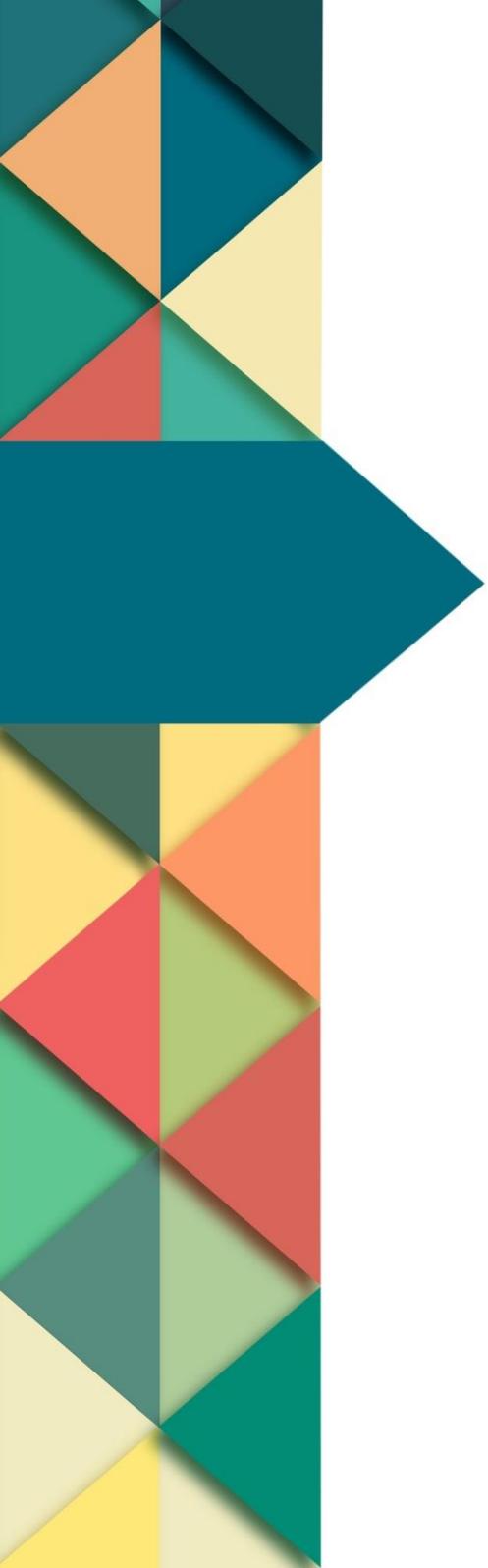


# ELEMENTI NATURALI



# AREE LOUNGE

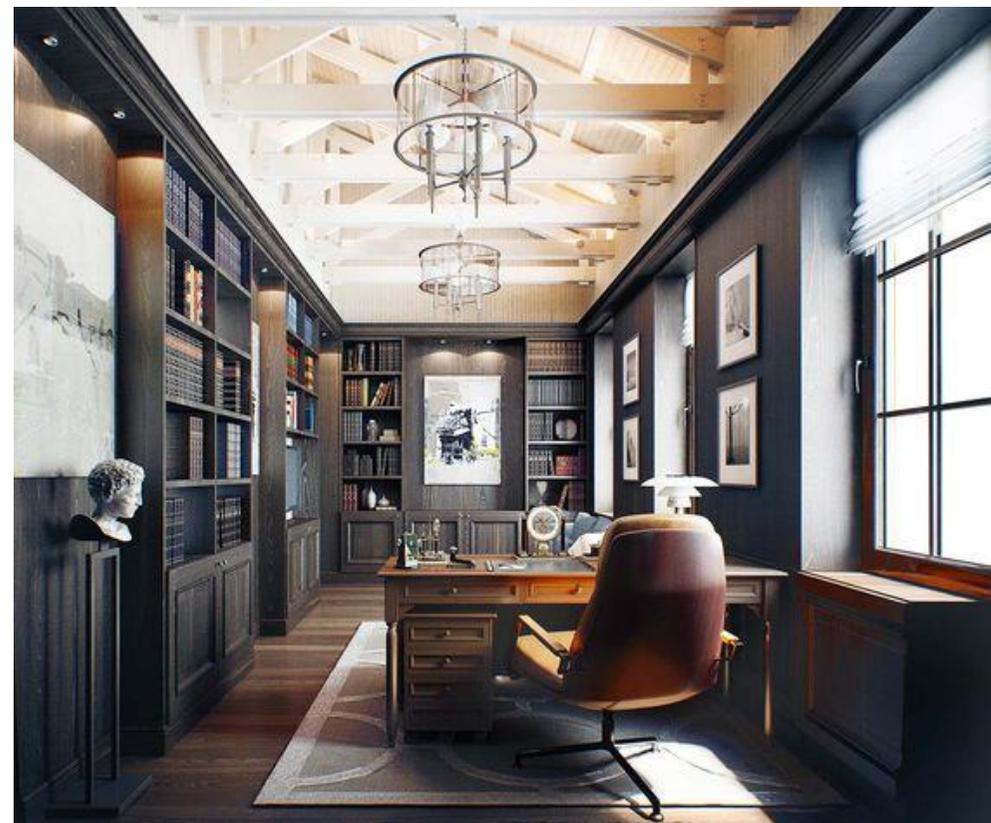




## **CREARE SPAZI DI LAVORO**

coerenti con la strategia aziendale  
con il business e con il concetto di ambiente  
di lavoro idoneo alla propria attività.

## Ma qual è il design giusto?



- **Praticità**
- **Funzionalità**
  - **Confort**
  - **Estetica**



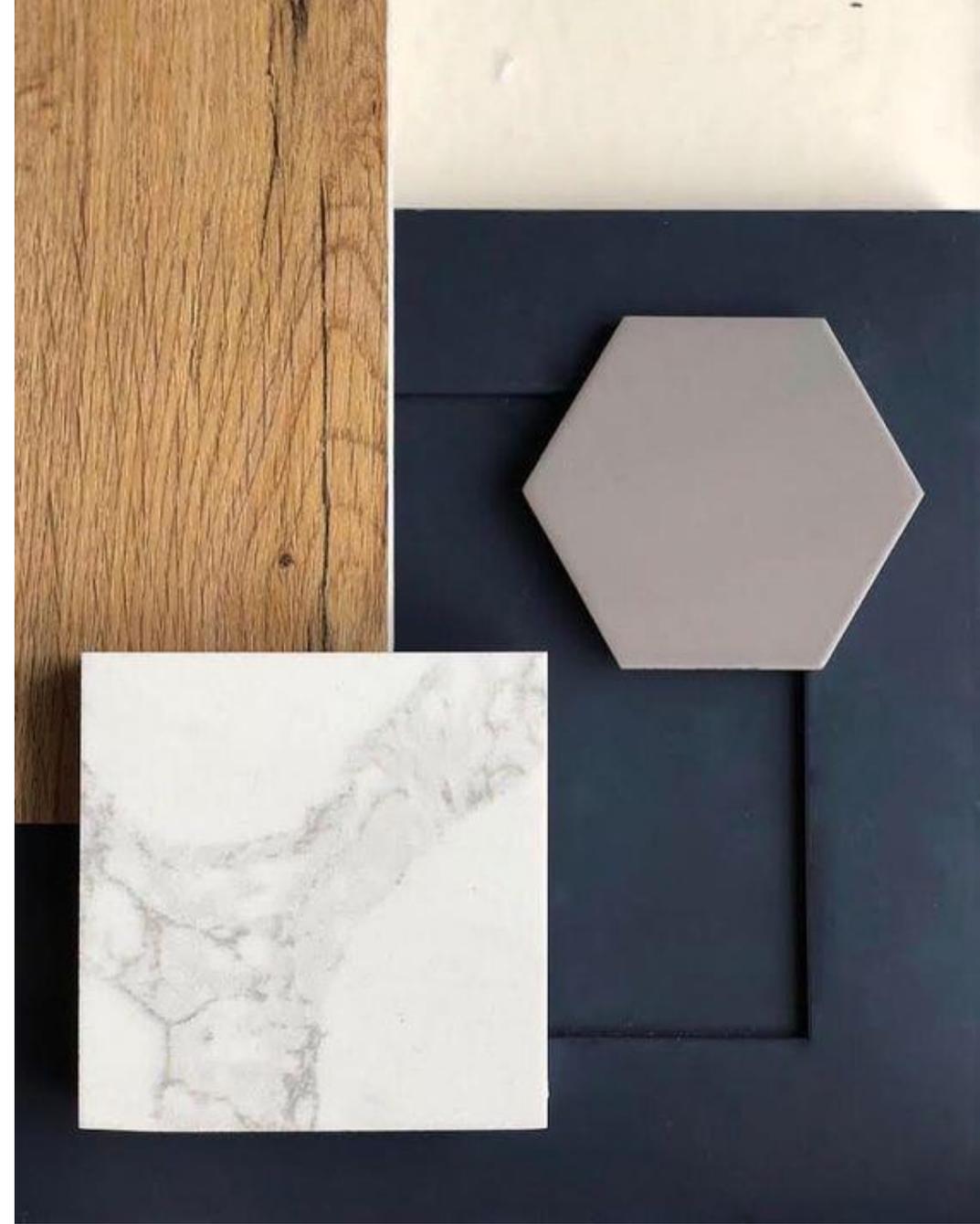
- **Analizzare gli spazi e la loro comunicazione**
  - **Integrazione fra i materiali nuovi e quelli preesistenti**
  - **Distribuzione dell'illuminazione in tutte le zone**
    - **Lo studio del colore**



## LO SPAZIO

CREATIVE  
EFFECTIVE  
INNOVATIVE  
COMMUNICATIVE

# I MATERIALI



# LA LUCE



# IL COLORE





Investire nella progettazione corretta degli ambienti di lavoro vuole dire investire sul rendimento e benessere degli operatori e sulla percezione che gli altri hanno di noi e del nostro brand.



**LE PERSONE COMPRANO DA PERSONE  
DI CUI SI FIDANO E CHE GLI PIACCIANO**



MILANO  
LODI  
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.



sinergie al servizio dei  
professionisti immobiliari

Fonte immagini: @Pinterest, @Adobe Stock , web, @Roberta Di Gioia, @Elena Avonti  
©2021 Guarinelli • Avonti • Di Gioia tutti i diritti riservati