

# Il vento del cambiamento

*Agente Immobiliare:  
una professione in  
RI@E-voluzione*

**VALERIO CORRAZZIN E  
MASSIMILIANO RUSSO,  
CORUS REAL ESTATE**

*“Quando soffia il vento del cambiamento alcuni costruiscono muri, altri mulini a vento.”*

Proverbio cinese

Pensando alla figura del mediatore immobiliare “anno 2015”, la prima cosa che ci viene in mente è l’immagine di un professionista completo, preparato, competente, in grado di dare le adeguate risposte alle esigenze dei propri clienti, riconosciuto come un esperto di fiducia: un professionista di Valore.

Ed è proprio il Valore della professione che fino ad oggi è venuto a mancare. Accade che l’agente

immobiliare venga visto come un elemento di disturbo, un costo da evitare. C’è diffidenza nei suoi confronti, nel Valore del suo operato e del suo intervento, tanto che spesso i clienti si fanno assistere da un proprio consulente di fiducia, anche senza specifiche competenze.

Ci permettiamo di indicare quelle che, secondo noi, dovrebbero essere le caratteristiche del moderno Agente Immobiliare, senza arrogarci il diritto di essere i depositari della verità assoluta, ma con l’obiettivo di fornire positività ad una categoria



**VALERIO  
CORRAZZIN**

troppo spesso (e talvolta anche senza un reale motivo) denigrata.

Oggi non è più il tempo del sensale e nemmeno del classico mediatore: oggi occorre essere in grado di affrontare il mercato, le sue difficoltà, le normative in continua evoluzione e i clienti sempre più preparati ed esigenti.

Il moderno professionista immobiliare offre un Ser-



MASSIMILIANO  
RUSSO

vizio, non vende (o affitta) immobili: risolve esigenze collegate ad un immobile. La nostra professione si è evoluta da Agente a Consulente immobiliare.

Oggi è il tempo dell'informazione accessibile a tutti, non ci sono posizioni di privilegio. Il mondo intorno a noi è cambiato radicalmente e cambierà ancora: occorre rivedere i modelli di business, le logiche di approccio. Cambiare è difficile, faticoso, anche costoso, ma inevitabile. Cambiare significa mettere in discussione ciò che è stato fatto fino a ieri e come lo si è fatto.

Cambiare non significa fare una rivoluzione, ma può significare osservare il mondo intorno a noi, capire cosa ci piace, guarda-

re chi fa cose diverse con curiosità, senza giudicare a priori. Significa fare domande, avere il coraggio di percorrere nuove strade, osare nuove strategie, confrontarsi, crescere insieme condividendo idee, esperienze e visioni. Significa che i colleghi non sono concorrenti.

Oggi non è possibile evitare argomenti come formazione, informazione, tecnologia, digitalizzazione, marketing, comunicazione, social networking, piattaforme...

Oggi è necessario pensare a forme di aggregazione, condivisione, collaborazione e contaminazione con lo scopo di diventare una categoria coesa e unita.

Tutto questo senza dimenticare che il centro della nostra professione è rap-



presentato sempre dal nostro cliente e dal servizio che siamo in grado di offrirgli.

Dobbiamo innanzitutto cominciare a promuovere noi stessi, non gli immobili (o almeno non solo quelli), ricordandoci che le fondamenta su cui poggia la nostra professione sono la nostra capacità relazionale e negoziale.

Forse dovremmo capire se per noi può avere senso un nuovo posizionamento, ovvero se continuare a fare "mediazione tradizionale" (passateci il termine senza alcuna accezione negativa), oppure fornire un'attività dedicata a chi ci incarica per ricevere un servizio (ad esempio Property Finder e Listing Agent) attraverso la specializzazione.

Proprio perché specializzandosi si crea Valore.

Per cambiare occorre innanzitutto una strategia chiara (con le opportune alternative), una buona esperienza, una buona dose di coraggio, la forza di accettare le critiche e le difficoltà e un pizzico di sana incoscienza: per cambiare ci vuole soprattutto tempo!

Facciamo in modo che il cliente possa constatare il Valore nella nostra professione e ci reputi dei professionisti utili e indispensabili. Solo così potremo ottenere la giusta considerazione di ciò che facciamo.

Sfruttiamo il vento del cambiamento.

**Forse dovremmo capire se per noi può avere senso un nuovo posizionamento, ovvero se continuare a fare "mediazione tradizionale" oppure fornire un'attività dedicata attraverso la specializzazione**

