



# DIB

s.r.l.

DOMUS IMMOBILIARE BRIANTEA

Intermediazione immobiliare

Abitativo, industriale, commerciale, attività

Locazioni immobiliari e ramo d'azienda

Valutazioni e perizie

Atti privati immobiliari

Consulenze e servizi immobiliari

Mutui e leasing immobiliare

L'homestaging, "presentazione delle case" consiste in tutti quei piccoli interventi di restyling utili a presentare al meglio gli immobili in vendita, ed è finalizzato a vendere (o affittare) prima e meglio l'immobile stesso. L'homestaging è un servizio di grande efficacia: una casa ben sistemata, accogliente e ben arredata ha indubbiamente un impatto molto positivo sul potenziale compratore e condiziona fortemente d'acquisto.

Una volta presa la decisione di vendere/locare il vostro immobile, il primo passo da compiere è quello di considerarlo a tutti gli effetti un prodotto. La maggior parte dei professionisti americani concorda nel ritenere che il punto focale di un progetto di Home Staging sia quello di "depersonalizzare" l'immobile, per renderlo appetibile al maggior numero possibile di potenziali acquirenti. L' Home Stager si accosta agli immobili con un approccio diametralmente opposto a quello di un architetto di interni o di un decoratore il cui intento è quello di personalizzare gli ambienti in funzione dell'utilizzatore finale rendendoli "unici".

*Una casa "vissuta" o all'opposto un immobile "nuovo e mai abitato" devono essere "allestiti" secondo delle regole precise per poter essere venduti nel minor tempo possibile ed alle condizioni migliori secondo un progetto di Home Staging DIB*

**L' Home staging è un investimento.** Un progetto di Home Staging DIB costa meno della prima riduzione di prezzo che l'immobile "non-staged" sconterà stando sul mercato per un lungo periodo di tempo. Normalmente è sufficiente investire dall'1% al 2% del valore dell'immobile in opere di valorizzazione per ottenere degli ottimi risultati.

Certo occorre un approccio da "investitori" per decidere di dedicare tempo e denaro ad un immobile che si sta per lasciare. Vendere meglio la "vecchia casa" procurerà maggiori risorse da dedicare alla nuova abitazione.

Parallelamente per un **costruttore** alienare in tempi brevi un cantiere, grazie ad un efficace piano di marketing, ridurrà l'incidenza di eventuali oneri finanziari liberando nuovi capitali da reinvestire nell'attività edile.

La vendita o la locazione di un immobile dipendono essenzialmente da 6 fattori:

- 1) Location
- 2) Prezzo
- 3) Andamento del mercato
- 4) Condizioni dell'immobile
- 5) Aspetto dell'immobile
- 6) fattore "X" non razionale che chiamiamo emozione, colpo di fulmine**

Soprattutto nel settore residenziale, l'acquisto scaturisce quasi sempre da un fatto emozionale, dall'essere entrati o meno in sintonia con un determinato ambiente. Dopo aver correttamente valutato il valore dell'immobile in base al mercato di riferimento, per poterlo commercializzare in maniera "con-vincente" dovremo concentrarci sulle sue condizioni e soprattutto su come si presenta agli occhi di un potenziale acquirente o conduttore ricordandoci che: *"abbiamo una sola occasione per fare una buona impressione".*

Il consumatore al momento della decisione di acquisto lascia spazio alle emozioni e compie una scelta inconscia che solo successivamente viene razionalizzata e/o giustificata.



# DIB

s.r.l.

DOMUS IMMOBILIARE BRIANTEA

Intermediazione immobiliare

Abitativo, industriale, commerciale, attività

Locazioni immobiliari e ramo d'azienda

Valutazioni e perizie

Atti privati immobiliari

Consulenze e servizi immobiliari

Mutui e leasing immobiliare

Gli home stagers americani sostengono infatti che:

- ◆ l'acquirente formula la Sua decisione all'acquisto o all'affitto di un immobile nei primi 90 secondi del sopralluogo.
- ◆ 9 volte su 10 un acquirente decide di comprare in seguito ad un vero e proprio colpo di fulmine.
- ◆ Una proprietà immobiliare grazie all'Home Staging si può vendere 2 volte più in fretta.
- ◆ La vendita di una Staged Home avviene con un plus valore compreso tra il 5% ed il 20%

Sia il Marketing che l'Home Staging nascono negli Stati Uniti. Il marketing si diffonde come ramo della scienza economica rapidamente in Europa, a partire dagli anni '60 e ancor più dagli anni '80, nei principali settori economico-produttivi. Il concetto di Home Staging viene elaborato agli inizi degli anni '70 dall'agente immobiliare Barb Schwarz e si diffonde rapidamente come tecnica di valorizzazione immobiliare negli Stati Uniti e nel Canada, affermandosi come un servizio di consulenza irrinunciabile sia per gli agenti immobiliari che per i privati. Solo di recente il concetto di Home Staging raggiunge i mercati immobiliari europei con prodromi in Inghilterra, Francia e Spagna e ora in Italia con DIB IMMOBILIARE S.r.l.