

Dal porta a porta alla Zona Virtuale.

Costruire, gestire e proteggere il database che trasforma la ricerca incarichi in un sistema attivo, misurabile e automatizzato.

IL VALORE INTRAMONTABILE DELLA ZONA

Negli anni '80, le prime grandi reti hanno codificato il concetto di **limiti di zona**.

Oggi è facile guardare con diffidenza al "porta a porta".

Ma se osservi quel modello con un punto di vista costruttivo, comprendi che poggiava su **sei pilastri strategici** ancora attuali.

Questa guida parte da lì. Poi ti porta dove il mercato si è spostato: in un territorio nuovo, che non si misura più in CAP, quartieri o palazzi.



Una guida Casavo per agenti che vogliono trasformare il modo di acquisire incarichi.

I SEI PILASTRI

Sei pilastri strategici che non sono mai passati di moda.

01

Efficienza Energetica

Il territorio ristretto ti impediva di sprecare tempo in attività casuali.

02

Conoscenza Profonda

Ti obbligava a diventare l'unico esperto di quel territorio.

03

Familiarità e Fiducia

Ti rendeva il volto immobiliare riconosciuto e affidabile.

04

Costruzione di Relazioni

Non "bruciavi" contatti, ma investivi in rapporti a lungo termine.

05

Focus sul Risultato

La pressione di vendere da un set limitato di contatti affinava le tue capacità.

06

Follow-Up Senza Scuse

Non potevi permetterti di dimenticare nessuna opportunità.

L'essenza di questi sei pilastri resta intatta.
Ma l'azione del porta a porta fisico non è più
l'unica via.

IL CONTATTO AL POSTO DEL MATTONE

La Zona Virtuale è il tuo nuovo campo di gioco.

Non si misura in metri quadrati o confini amministrativi.
Si misura in **Contatti Qualificati**.

Il database è il tuo patrimonio.

Tutti ti vendono script di chiamata o costosi lead, ma nessuno ti spiega cosa serve *prima*.

Prima, ti serve il **tuo database**. Tutto il resto è un costo variabile.

La Zona Virtuale è questo: costruire, gestire e mantenere un database di migliaia di contatti nel tempo. Un database vivo, costantemente riscaldato, ricettivo, che si auto-alimenta tramite passaparola, permuta e Lead Generation mirata.

A questo si aggiunge un **posizionamento social forte**, una fan base reale e perfettamente in target, pronta a sceglierti.

LA CRUDA VERITÀ

Se hai un database con meno di 1.000 contatti, hai un grande problema.

Posso insegnarti la migliore chiamata del mondo.

Ma la domanda a cui devi rispondere è:

A chi la faccio?

IL MURO DELLA PRIVACY

Gestire la tua Zona con la legge dalla tua parte.

Il database è il tuo asset, ma solo se è legale e pulito. Ignorare la normativa trasforma i tuoi contatti in un problema.

I tre cancelli di ingresso

Traccia l'origine di ogni contatto per garantire la corretta gestione dei consensi.

01

Lead da Sito Web

Il contatto arriva da un form, una valutazione online, una landing. Consenso digitale tracciato.

02

Lead da Agente

Inserito manualmente dopo un incontro, una segnalazione, un appuntamento in agenzia.

03

Lead da Fonte Esterna

Liste acquistate, portali, campagne a premi. Il fornitore deve garantire la tracciabilità.

IL DILEMMA DEL CONTATTO

Servizio

Obbligatorio. Puoi comunicare per erogare il servizio richiesto (es. inviare la valutazione) o per *soft spam* correlato (es. un report di mercato).

Marketing

Facoltativo ma specifico. Serve per newsletter e offerte. Senza di esso, il contatto è **inutilizzabile** per telemarketing.

📞 LA DISCIPLINA DELLE CHIAMATE

Registro Pubblico delle Opposizioni: la regola d'oro.

Se un numero è iscritto al RPO, puoi chiamare solo se il Consenso Marketing è stato fornito in una data **successiva** all'iscrizione al RPO.

STATO CONSENSO / RPO	AZIONE PRATICA
Consenso Marketing Mancante	BLOCCO Impossibile chiamare per finalità commerciali.
Iscrizione RPO POSTERIORE al consenso	BLOCCO L'opposizione più recente prevale. Lead inutilizzabile per telemarketing.
Iscrizione RPO ANTERIORE al consenso	VIA LIBERA Il consenso dato dopo l'iscrizione è una revoca implicita al RPO. Puoi chiamare.

DURATA INFORMATIVA

~90 giorni

VERIFICA DATABASE

ogni 15 giorni

 DA DOVE INIZIARE

I mattoni della tua Zona Virtuale.

Cinque azioni concrete, in ordine. La prima è noiosa. La prima è fondamentale.

01 La disciplina del database

Sì, è palloso, ma è **fondamentale**. Il primo database è la tua rubrica.

Azione — Esporta o trascrivi tutti i contatti nel tuo CRM. Ti dà un'esatta fotografia della tua base di partenza.

02 Personal Brand e LeadGen proprietaria

Smetti di dipendere dai lead di altri. Il Personal Brand è **magnetismo d'acquisizione**.

Un unico profilo che comunica il tuo valore. Le persone devono scegliere *te* fin dal primo click.

03 Gestione acquirenti: la miniera nascosta

40% di chi compra oggi dovrà vendere in futuro. La fonte più calda di referral.

04 Acquisto di liste (quando serve)

Con zero contatti, l'acquisto di liste di proprietari è una soluzione per iniziare.

Filtro — Solo fornitori seri con tracciabilità RPO. Parti con 500, non migliaia.

05 Campagne a premi — l'esca di qualità

Premio certo — tutti ricevono qualcosa, ottimo per consenso marketing. **Estrazione** — massima awareness. Entrambi richiedono regolamento notarile.

 L'ECOSISTEMA DI LAVORO

Questi non sono optional. Sono il **costo minimo** per operare.

CRMCUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT

Il software che gestisce il ciclo di vita del cliente, i follow-up, gli stati e i consensi RPO. È qui che il database prende vita.

**WhatsApp
Business API**

VERSIONE PROFESSIONALE

Funzionalità dedicate alla vendita e all'automazione, integrabile con il tuo CRM. Il canale più rapido per chiudere su contatti caldi.

**Email Marketing
& Automation**

MANTENERE CALDO IL DATABASE

Necessario per un servizio di massima qualità: newsletter di valore, sequenze automatiche, comunicazioni mirate al ciclo di vita del contatto.

**Software
Telemarketing**

CHIAMATE SENZA ATTRITO

Per chiamare senza digitare i numeri, controllando in tempo reale metriche come numero di chiamate, minuti parlati e appuntamenti fissati.

IL VANTAGGIO COMPETITIVO

Se non fai queste cose, continuerai a dipendere da qualcun altro. Per sempre.

? DOMANDE & RISPOSTE

La tua Zona Virtuale, in dettaglio.

Q1 Come scelgo e definisco la mia "Zona Virtuale"?

La tua Zona Virtuale poggia su una solida base fisica, ma la supera. Devi prima definire il tuo campo di battaglia fisico per guadagnare credibilità virtuale.

PASSO 1

Zona fisica di specializzazione

Un paese, un CAP, un quartiere, una frazione. Oppure una nicchia micro-geografica: "ville fronte lago", "immobili di pregio rurali".

PASSO 2

Segmenta il pubblico (virtuale)

Non è dove vivono, ma **cosa cercano online**. Tipo di proprietà, interessi digitali (ristrutturazioni, bonus, alta rendita).

Consiglio: la specializzazione fisica è il carburante che rende credibili i tuoi contenuti virtuali.

Q2 1.000 contatti sono tanti. Quanto tempo ci vuole per arrivarci?

Con una strategia attiva, dovresti puntare ai primi 1.000 contatti qualificati entro **2-3 settimane**. La vera questione è l'intensità di lavoro.

100

Contatti / giorno — Fase iniziale: focus totale sull'acquisizione di nuovi incarichi.

250

Parlati / settimana — Fase avanzata: minimo vitale per mantenere il database vivo.

Ciclo di fidelizzazione: rilavora i contatti con campagne mirate ogni 60-90 giorni. Non li perdi più, li riscaldi.

Q3 Con quale frequenza devo contattare il mio database per non "bruciarlo"?

Sii coerente, ma non ossessivo. Punta a una comunicazione di valore **settimanale** — una newsletter, un report, un consiglio. Comunicazioni specifiche promozionali o di servizio solo quando necessario.

Il tuo database vuole sapere cosa succederà al loro immobile. Contenuti di successo: aggiornamenti sui tassi di interesse, report trimestrali sull'andamento dei prezzi nella loro nicchia, storie di successo reali.

Q4 Qual è la differenza tra lead generati e lead acquistati?

La differenza non è solo nel costo. È nella fiducia e nella longevità.

CARATTERISTICA	LEAD GENERATO (PROPRIETARIO)	LEAD ACQUISTATO (GENERICO)
Temperatura	Caldo/Tiepido. Ha interagito con il tuo contenuto e ti ha scelto.	Freddo. Non conosce il tuo brand.
Fiducia	Alta. L'agente è percepito come un esperto.	Bassa. L'agente è uno tra tanti venditori.
Longevità	Molto alta. Rimane nel tuo funnel per anni.	Bassa. Spesso si disiscrive o blocca la chiamata.

Q5 Hai detto di non comprare lead. Perché le liste di proprietari sono un'eccezione?

È una distinzione cruciale:

NON COMPRARE

Lead

Persone che si aspettano di essere chiamate. Freddi e distribuiti.

ACQUISTA (CON METODO)

Dati

Informazioni da chiamare per acquisizione attiva. Esigi tracciabilità RPO.

© LA SCELTA È TUA

Sei un agente moderno o tradizionale?

Se i concetti di **Database Vivo**, **Lead Generation Proprietaria** e **Gestione RPO Autorevole** risuonano in te, hai la mentalità per dominare il mercato di domani.

Il problema è questo: hai la mentalità, ma ti manca il **sistema operativo** per implementare tutto questo giorno dopo giorno.

Costruire questo ecosistema da zero è costoso, rischioso e richiede tempo prezioso che potresti dedicare alle acquisizioni.

METODO · FORMAZIONE ·
STRUMENTI

L'unica realtà
che ti fornisce
tutto ciò che
serve per
trasformare la
Zona Virtuale
in risultati reali
e misurabili.

CASAVO

SMETTI DI LOTTARE DA SOLO

Vuoi costruire la tua Zona Virtuale con un sistema vincente?

Metodo, formazione, CRM, software di telemarketing, campagne di automation. Tutto in un'unica piattaforma, insieme al team Casavo.

SCOPRI COME UNIRTI AL NOSTRO TEAM

→ casavo.com/it/diventa-agente