

# Comunicare nel Real Estate



*Milano, Hotel Scala*

## ①. Il Marketing nel Real Estate

Le scelte per competere  
nel nuovo scenario di mercato

*Milano, 17 ottobre 2013*

## ②. Media e Real Estate

Le relazioni con la stampa  
per comunicare valore

*Milano, 24 ottobre 2013*

Mario Abis  
Enzo Albanese  
Luca Stefano Ambrosini  
Andrea Boeri  
Jerry Boschi  
Emanuele Caniggia  
Claudio Cosetti  
Patrick Durante  
Giorgio Lazzaro  
Giorgio Lonardi  
Paola G. Lunghini  
Paola Mangia  
Maria Rosaria  
Marchesano  
Guglielmo Pelliccioli  
Sergio Pisano  
Andrea Polo  
Anna Renacco  
Federico Vercellino

*Media Partner*

Con il patronage:



[www.cdvconference.it](http://www.cdvconference.it)

**il Quotidiano Immobiliare**  
DAILY REAL ESTATE

# ①. Il Marketing nel Real Estate

Milano, giovedì 17 ottobre 2013

## Le scelte per competere nel nuovo scenario di mercato

Coordina i lavori:

Guglielmo Pelliccioli, *Editorialista* **QUOTIDIANO IMMOBILIARE**

9.00 *Registrazione dei partecipanti*

9.10 *Apertura dei lavori a cura del Coordinatore*

### 9.15 **MARKETING E IMMOBILIARE: ALLA VIGILIA DI UNA RIVOLUZIONE?**

- L'impatto dei mutamenti di scenario: a tenant e utilizzatori non basta più la "Ford nera"
- La tempesta perfetta dell'immobiliare italiano: segmentazione e sofisticazione della domanda; richiesta di un maggiore contenuto creativo, tecnologico e di servizio; attenzione spasmodica ai costi
- Le specificità e le articolazioni del marketing immobiliare: marketing di prodotto e marketing di servizio
- La rivoluzione digitale e il marketing immobiliare
- Come rispondere organizzativamente ai nuovi scenari
- Il marketing dei servizi immobiliari: il caso di Prelios Integra

**Andrea Boeri**

*Amministratore Delegato*

**PRELIOS INTEGRA**

### 9.45 **DAL PRODOTTO AL MERCATO: L'EVOLUZIONE DEL MARKETING IMMOBILIARE**

- L'integrazione dei dati di ricerca con i processi decisionali aziendali
- Rigenerazione, recupero e trasformazione come grammatica del futuro
- Le esigenze dei "consumatori immobiliari" tra priorità, flussi e capacità

di assorbimento

- La ridefinizione dei codici di comunicazione del marketing immobiliare

**Mario Abis**

*Presidente* **MAKNO**

*Professore di Ricerche Psicosociali*

**IULM Milano**

### 10.15 **IL RUOLO DEL BRANDING NELLE NUOVE INIZIATIVE IMMOBILIARI**

- L'integrazione dei valori distintivi dell'azienda nella costruzione del branding
- Il branding immobiliare e il posizionamento sul mercato
- L'adeguamento delle strategie di branding e marketing all'evoluzione di regole, condizioni e interlocutori
- La costruzione di un brand in un'esperienza concreta

**Emanuele Caniggia**

*Amministratore Delegato*

**IRE - INNOVATION REAL ESTATE**

10.45 *Coffee break*

### 11.00 **LA DEFINIZIONE DI BUDGET E PIANO DI COMUNICAZIONE NEL MARKETING IMMOBILIARE B2C**

- Il ruolo chiave del marketing nei progetti immobiliari
- I criteri di definizione e i tempi di realizzazione del piano di comunicazione
- La definizione del marketing mix
- L'impostazione e il controllo del budget di comunicazione

# ①. Il Marketing nel Real Estate

Milano, giovedì 17 ottobre 2013

## Le scelte per competere nel nuovo scenario di mercato

- Lo sfruttamento del web per le attività di marketing

**Giorgio Lazzaro**  
*Docente di Marketing*  
**SDA BOCCONI**

### 11.30 DAL MARKETING DI "VENDITA" A QUELLO DI "PRODOTTO": I FUTURI SCENARI DELL'INTERMEDIAZIONE

- Mercato in trasformazione e cliente evoluto: i nuovi paradigmi del marketing
- L'ufficio studi come servizio strategico per il marketing: il caso SIGEST
- Il marketing nella definizione del prodotto edilizio
- L'analisi delle esigenze del cliente nella definizione delle linee guida progettuali
- Innovative strategie di vendita e nuovi strumenti tecnologici

**Enzo Albanese**  
*Amministratore Unico*  
**SIGEST**

### 12.00 DAL GEOMARKETING ALLA CAMPAGNA DI LANCIO: LA DECLINAZIONE DELLA FUNZIONE MARKETING NEI PROGETTI DI SVILUPPO COMMERCIALE

- Geomarketing, analisi della concorrenza e posizionamento come fattori critici per gli sviluppi commerciali
- Le attività di marketing immobiliare

in un centro commerciale: dal merchandising alla definizione della campagna di lancio

- Il marketing territoriale e la gestione dei rapporti con gli stakeholder
- Gli eventi on site
- La comunicazione B2B nel lancio e nello sviluppo dell'insediamento commerciale

**Jerry Boschi**  
*Responsabile Sviluppo Italia*  
e **Anna Renacco**  
*Responsabile Marketing Italia*  
**SONAE SIERRA**

### 12.30 LA TRASFORMAZIONE DELLA DOMANDA E I NUOVI MODELLI DI MARKETING NEL TERZIARIO

- L'impatto dei nuovi paradigmi organizzativi sulle dinamiche della domanda nel terziario
- Le strategie di marketing B2B: come intercettare e soddisfare le esigenze dei clienti corporate
- Comunicare l'ufficio: il ruolo del marketing interno nella trasformazione degli ambienti lavorativi

**Luca Stefano Ambrosini**  
*Advisory*  
**REAG**

### 13.00 Sintesi e chiusura dei lavori

Trasversalità, filiera lunga e coesistenza di target business e consumer sono elementi strutturali che caratterizzano il marketing immobiliare. Nell'attuale scenario, l'attività di marketing e comunicazione deve inoltre affrontare la crescente segmentazione e sofisticazione della domanda, garantire l'attenzione ai costi e soddisfare la richiesta di maggiori contenuti creativi, tecnologici e di servizio.

Sulla base di queste premesse, il convegno individua i criteri di definizione dei piani di comunicazione e del marketing mix, l'impostazione e il controllo del budget di comunicazione, il branding immobiliare e le attività di riposizionamento sul mercato. La declinazione della funzione marketing in diversi ambiti (residenziale, commerciale e terziario) è infine centrale per sfruttare il potenziale della comunicazione come leva di cambiamento nel real estate.

## Le relazioni con la stampa per comunicare valore

Coordina i lavori:

**Giorgio Lonardi, *Giornalista la Repubblica***

8.45 *Registrazione dei partecipanti*

9.10 *Apertura dei lavori a cura del Coordinatore*

9.15 **LA COMUNICAZIONE NEL REAL ESTATE PER CONDIVIDERE VALORI, MISSIONI E VISIONE DELL'AZIENDA**

- La definizione dell'immagine aziendale come valore da tutelare e proiettare all'esterno
- L'ufficio stampa come raccordo tra azienda e stakeholder
- La costruzione della relazione con i media
- Gli elementi chiave di una strategia di comunicazione efficace
- La relazione con i media per comunicare il cambiamento
- Il monitoraggio della reputazione per misurare il valore percepito dell'azienda presso i diversi pubblici di riferimento

**Paola Mangia**

*Responsabile Comunicazione Istituzionale*

**COGEST RETAIL**

9.45 **LA GESTIONE DEI RAPPORTI CON I GIORNALISTI**

- Le cose da fare e quelle da evitare
- La costruzione di un rapporto di fiducia con il giornalista: reputazione, credibilità e collaborazione
- Fornire informazioni utili non solo all'azienda ma alle testate di riferimento
- Le dinamiche di lavoro di redazioni e giornalisti: tempi, modi e priorità
- Le diverse anime del real estate - finanza, urbanistica e ambiente - e la costruzione di un linguaggio immobiliare

**Maria Rosaria Marchesano**

*Giornalista*

**IL MONDO**

10.15 **LE MEDIA RELATIONS NELL'IMMOBILIARE TRA REGOLE ED ECCEZIONI**

- La declinazione delle regole della comunicazione nel real estate
- La definizione di codici e linguaggi in base ai canali di comunicazione
- La segmentazione dei target: istituzioni, clienti interni ed esterni
- Il timing della comunicazione dei progetti immobiliari: quando dire cosa
- Il ruolo della conferenza stampa

**Andrea Polo**

*Communication Director*

**FACILE.IT - GRUPPO IMMOBILIARE.IT**

10.45 **IL COMUNICATO STAMPA: ISTRUZIONI PER L'USO**

- Quando, come e perché diffondere il comunicato stampa
- Le regole per ottenere l'attenzione dei giornalisti: essenzialità, efficacia, creatività e credibilità
- La verifica delle informazioni
- Le forme di redazione e le modalità di diffusione del comunicato stampa
- La relazione con il giornalista oltre il comunicato stampa

**Sergio Pisano**

*General Manager*

**PUBLICIS CONSULTANTS**

11.15 *Coffee break*

## Le relazioni con la stampa per comunicare valore

Coordina i lavori:

**Paola G. Lunghini**, *Amministratore Unico by Internews - Ufficio Stampa EIRE*

### 11.30 SOCIAL MEDIA E NEW MEDIA

- Le dinamiche di comunicazione su web, blog e social network
- Le opportunità e i rischi della comunicazione da push a pull
- L'uso del web nella comunicazione interna ed esterna

**Alessandro Cusmano**

*Brand and Product Advocacy Manager*

**NOKIA Italia**

**Patrick Durante**

*Responsabile Comunicazione*

**FEIDOS**

### 12.00 LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA NEL REAL ESTATE

- Le specificità della comunicazione finanziaria nelle operazioni immobiliari
- Le regole vincolanti nella comunicazione finanziaria
- Le diverse fasi della comunicazione
- Le sinergie con le altre aree della comunicazione

**Claudio Cosetti** *Partner*

e **Federico Vercellino** *Senior Manager*

**BARABINO E PARTNERS**

### 12.30 UNA CONCLUSIONE: PRESENTE E FUTURO DELLE RELAZIONI CON I MEDIA NEL REAL ESTATE

- Fondamenti concettuali e brand di progetto
- I flussi di relazioni
- La programmazione e il controllo
- I decenni e i protagonisti

**Paola G. Lunghini**

*Amministratore Unico by Internews*

*Ufficio Stampa EIRE*

13.00 *Sintesi e chiusura dei lavori*

Le regole della comunicazione valgono per tutti, ma come si declinano nel real estate? Crisi dell'editoria tradizionale, digitalizzazione e moltiplicazione di mezzi e canali d'informazione rappresentano una nuova sfida per la comunicazione d'impresa. Che siano esterni o interni all'azienda, gli uffici stampa devono orientarsi tra le esigenze, talvolta contraddittorie, di web e carta stampata, individuando i codici di comunicazione e gli strumenti per gestire il ciclo della notizia di volta in volta più efficaci.

Una sfida che nel real estate è ulteriormente complicata dalla congiuntura negativa che interessa l'intero settore e che impone un ulteriore sforzo di creatività per garantire l'attenzione dei media e di tutti gli stakeholders della filiera immobiliare.

# Comunicare nel Real Estate

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

SCHEDA D'ISCRIZIONE

## DOVE E QUANDO

Milano, Hotel Scala – Via dell'Orso, 7 – 20121 MILANO

**Convegno 1** Il Marketing nel Real Estate  
giovedì 17 ottobre 2013 Cod. CDV/MKTG

**Convegno 2** Media e Real Estate  
giovedì 24 ottobre 2013 Cod. CDV/MEDIA

## QUOTE DI ADESIONE

1 conferenza € 200,00 + Iva 21%  
2 conferenze € 360,00 + Iva 21%

## SCHEDA DI REGISTRAZIONE ONLINE

- Convegno 1** – **clickare qui:**  
<http://cdvconference.it/pre-accredito/f7tilzjz>
- Convegno 2** – **clickare qui:**  
<http://cdvconference.it/pre-accredito/4isnu3sp>
- Convegno 1 + Convegno 2** – **clickare qui:**  
<http://cdvconference.it/pre-accredito/1m7iw55o>

## MODALITÀ D'ISCRIZIONE

- 1) Compilare in ogni sua parte la scheda di registrazione online
- 2) Disporre il bonifico bancario  
all'**IBAN IT96G0558401627000000024137**,  
intestato a **CDV CONFERENCE MANAGEMENT snc**  
**Banca Popolare di Milano, Ag. 27 Milano**,  
indicando chiaramente nella causale:
  - nome e cognome del Partecipante
  - codice della/e conferenza/e prescelte
- 3) Inviare via mail la copia contabile del bonifico bancario a:  
[iscrizioni@cdvconference.it](mailto:iscrizioni@cdvconference.it)

## CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Per motivi organizzativi la scheda di registrazione va compilata le ore **13.00 del giorno antecedente la data del primo convegno prescelto**. La quota di partecipazione comprende l'ingresso al convegno, il coffee break e gli atti. Gli atti, costituiti dalle relazioni fornite dai relatori entro i tempi tecnici previsti, verranno inviati in formato digitale entro la settimana successiva allo svolgimento del convegno.

## PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI D. LGS. 196/2003 - INFORMATIVA

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da CDV CONFERENCE MANAGEMENT, nel rispetto della vigente normativa a e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle proprie attività istituzionali, per finalità:

- 1) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.
  - 2) statistiche, di comunicazione commerciale, di promozione e vendita di prodotti e servizi
  - 3) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normative comunitarie.
- Il trattamento potrà essere effettuato per conto di CDV CONFERENCE MANAGEMENT anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra. L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento e gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettificazione e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di CDV CONFERENCE MANAGEMENT P.zza Emilia, 9 – 20129 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto dell'iscrizione, effettuando il versamento secondo le modalità indicate. Conferma di accredito al convegno verrà trasmessa via mail dopo la compilazione della scheda di iscrizione online e l'invio della copia contabile attestante il bonifico bancario. **N.B. Non verranno accettate iscrizioni senza la copia del pagamento effettuato.**

Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con CDV CONFERENCE MANAGEMENT per iscritto.

Per informazioni: Segreteria Organizzativa - tel. 02 83 78 399

## MODALITÀ DI DISDETTA

Le disdette pervenute via mail a [iscrizioni@cdvconference.it](mailto:iscrizioni@cdvconference.it) entro il settimo giorno antecedente la data del convegno prescelto daranno diritto al rimborso integrale della quota. Trascorsa tale data dalla quota sarà detratto il 20% a titolo di rimborso delle spese amministrative.

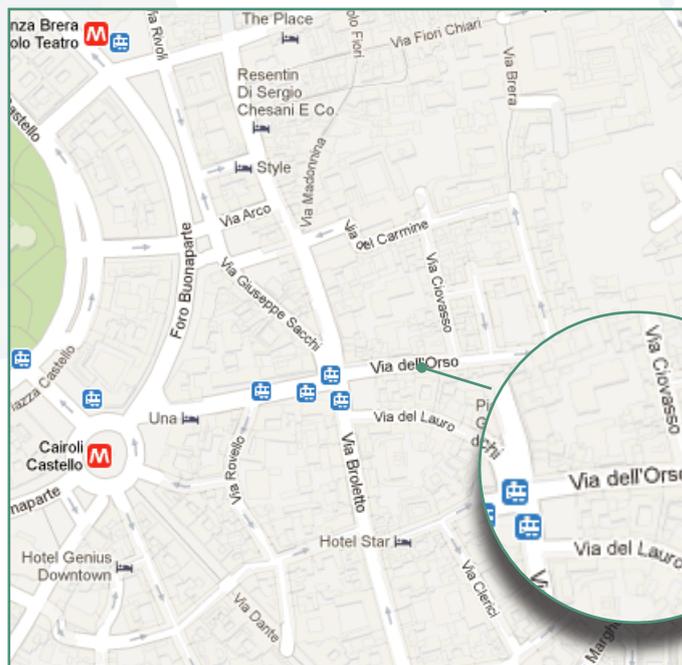
È sempre ammessa la sostituzione del Partecipante.

**N.B. Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 10.00 del giorno antecedente il convegno prescelto.**

## RINVIO E CANCELLAZIONE

CDV CONFERENCE MANAGEMENT si riserva la facoltà di comunicare il rinvio o la cancellazione della Conferenza dandone comunicazione via e-mail ai partecipanti entro 3 giorni dalla data del convegno. In tal caso CDV CONFERENCE MANAGEMENT provvederà a rimborsare l'importo ricevuto senza ulteriori oneri a suo carico.

## COME RAGGIUNGERE L'HOTEL SCALA



MM1 – fermata Cairoli    MM3 – fermata Montenaferone  
MM2 – fermata Lanza    Tram 2-12-14    Bus 61

CDV Conference Management snc  
Piazza Emilia 9 – 20129 Milano  
Partita IVA 07315390968