

COMUNICARE CON I CLIENTI

IL GRUPPO TECNOCASA LO FA COSÌ

Da quasi 10 anni, gli esperti di marketing parlano di un trend in ascesa che riguarda l'apprezzamento sempre maggiore verso il "consumo discreto" da parte di coloro che adesso prediligono proposte meno appariscenti. Questo trend europeo e statunitense, osservato da un centro di ricerca della Facoltà di Marketing dell'Università Royal Holloway di Londra, sta diventando un fenomeno globale degno della massima attenzione. I consumatori, dopo lunghi anni di crisi, sono diventati riluttanti agli eccessi e preferiscono un approccio etico al consumo.

La nostra proposta d'immagine, a partire da come si presentano le agenzie, è semplice ed essenziale, così come il servizio che è di qualità e altamente professionale. La nostra comunicazione è multicanale.

Il settore Comunicazione e Marketing, insieme a tutti i servizi di franchising, ha sostenuto gli obiettivi del Franchisor e ha adottato una politica di marketing più "immersiva" per far sì che le agenzie affiliate siano visibili, disponibili, vicine ai clienti e pronte a proporre il livello di professionalità e di qualità che i clienti si aspettano.

Con il cliente abbiamo instaurato un legame di fidelizzazione ulteriore grazie alla **newsletter mensile "Informaclienti"** che da informazioni di attualità legate al mercato immobiliare, del credito ed assicurativo e grazie alla **pagina Facebook**. I social media, del resto, mettono tutti sullo stesso piano e permettono di entrare in contatto con il pubblico. Oggi, tutte le aziende possono comunicare con i follower sui canali social ed il modo migliore per catturare la loro attenzione è quello di "offrire un valore aggiunto". Nel nostro caso: contenuti selezionati, pertinenti, utili.

Oltre ai canali virtuali, quelli di nuova generazione, il Gruppo ritiene di fondamentale importanza anche la comunicazione su carta. **Ogni mese vengono stampate circa 9 milioni di copie del periodico "Tecnocasa" e "Tecnorete"**. Sono molteplici le edizioni dei periodici realizzati, inoltre, tutti i mesi, all'interno delle riviste in formato A4, sono presenti editoriali che trattano di temi immobiliari, creditizi e assicurativi, elaborati internamente come ulteriore servizio a favore del cliente che in questo modo può essere ancora più aggiornato sulla situazione di mercato.