



## Network internazionale, corsi di public speaking e coaching one-to-one, il percorso di Coldwell Banker per formare professionalità di valore

Coldwell Banker punta sull'espansione in Italia e investe sempre di più nella formazione dei propri professionisti. La società, che è nata a San Francisco nel 1906 ed è sbarcata in Italia nel 2009, ha piani di crescita nel nostro Paese: aprirà prossimamente a Bologna, Como, Monza, Roma, Perugia, Taranto, Trani, Perugia e Cisternino.

La peculiarità di Coldwell Banker è quella di essere un network internazionale. «Questa caratteristica dà ai broker e agli agenti la possibilità di costruire una rete di contatti con il supporto di colleghi in tutto il mondo», illustra **Roberto Gigio**, Ceo di Coldwell Banker Italy. «Questo aspetto consente di massimizzare sia le possibilità di business sia quelle di confronto. Inoltre, grazie a questa strategia non si corre il rischio di restare fossilizzati nel proprio mercato locale».

L'obiettivo è di cercare di favorire gli scambi non solo fra i clienti ma anche di incrementare lo scambio di esperienze fra

un Paese e l'altro. «Crediamo che l'esperienza personale di ciascuno possa essere di arricchimento a tutto il resto del team, tramite per esempio lo scambio di best practice, a prescindere dalle regole differenti vigenti nei vari mercati» dice Gigio.

La formazione e la condivisione dei valori sono in primo piano. «Coldwell Banker crede molto nella crescita delle persone, ed è per questo che investe costantemente nella formazione, così

come nella condivisione dei valori che sono alla base del nostro business», prosegue il manager. «Per il 2023 è previsto un raddoppio nell'investimento a livello di ore di formazione nella nostra University. Ci interessa raccogliere le persone migliori e che queste, esprimendosi al meglio, possano portare il proprio valore all'interno della rete».

La formazione è divisa fra ambito tecnico e personale di allineamento alle soft skills, come leadership, motivazione, public speaking e così via. «A breve inoltre partirà un nuovo programma di coaching one to one per aiutare gli agenti a per-

formare in maniera ancora migliore», racconta il Ceo di Coldwell Banker. «È fondamentale sottolineare come il nostro approccio alla formazione sia molto esperienziale, grazie anche alla presenza di agenzie dirette: ogni nuovo agente viene affiancato da un professionista che lavora all'interno del network e che ha esperienza del business e del mercato. Puntiamo molto anche

su opportunità di incontro come le varie convention annuali sia in Italia che negli Usa».

I professionisti Coldwell Banker sono 100mila a livello mondiale e in Ita-

lia sono circa 600. «Non ci interessa essere la rete più numerosa ma quella che raccoglie le migliori professionalità», afferma Gigio. «Ogni agente è un partner in cui crediamo e su cui investiamo. La selezione è una scelta reciproca e il valore della qualità di un essere umano è imprescindibile. Questa

caratteristica si riflette poi sulla qualità del servizio offerto al cliente finale». Alle competenze maturate dai professionisti della rete si aggiungono anche le risorse offerte dalle nuove tecnologie. Si tratta di opportunità in più per la clientela del segmento di fascia medio alta. «Con euro/mq abbiamo creato un software per la valutazione degli immobili e del mercato territoriale, ma forniamo anche firma digitale certificata, virtual tour a 360° in 3D e un programma di marketing per attirare clienti stranieri». (riproduzione riservata)

*Annamaria Castello*



**Roberto Gigio**  
*Coldwell Banker It.*

