

freesbe
Marketing

CA'
LE

Càlé – Residenze Fronte Mare Torre a Mare (BA) – Cantiere Residenziale

Progetto immobiliare premium



Snapshot Progetto

Cà-lé rappresenta un'iniziativa di sviluppo immobiliare di alta gamma nel prestigioso contesto di Torre a Mare, con strategia marketing integrata su canali digitali e tradizionali.

Il progetto si posiziona nel segmento alto del mercato residenziale pugliese, con offerta di 6 unità immobiliari vista mare, metrature da 75 a 90 mq, target fascia alta.

- Periodo campagna: 12 mesi
- Canali attivi: 5 piattaforme digitali + offline

300

Lead qualificati

generati

Contesto e Sfida

Mercato competitivo

Il litorale barese presenta alta concentrazione di nuovi sviluppi residenziali. Necessità di differenziare l'offerta Cà-lé per emergere nel segmento premium e attrarre acquirenti esigenti.

Target sofisticato

Professionisti, famiglie alto reddito, investitori immobiliari. Richiesta di comunicazione elegante, trasparente e orientata al valore esclusivo della location fronte mare.

Tempistiche commerciali

Obiettivo vendita 100% delle unità entro 12 mesi dal lancio.
Necessario generare flusso costante di lead qualificati e gestione efficiente del processo di conversione.

Posizionamento premium

Valorizzare unicità della location, qualità costruttiva e servizi esclusivi. Evitare percezione di prodotto standardizzato, enfatizzare lifestyle mediterraneo di qualità.



Posizionamento e Target

Posizionamento strategico: Càlé come "oasi esclusiva fronte mare" – residenze per chi cerca qualità abitativa superiore, connessione con il territorio pugliese e investimento di valore nel mercato costiero premium.



Professionisti affermati

- Età: 35-55 anni
- Motivazione: prima casa luxury o seconda casa mare
- Città origine: Bari e d'intorni



Famiglie alto standing

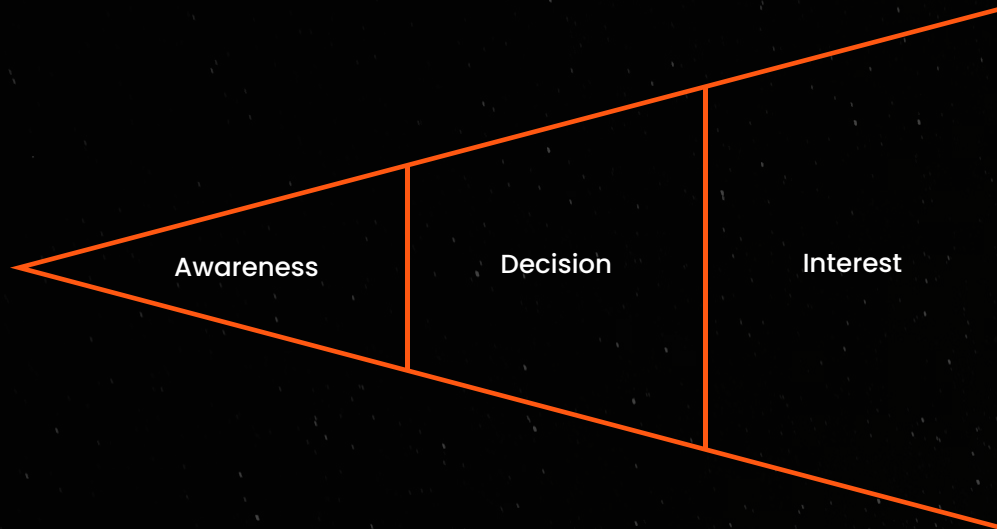
- Nuclei 2-4 persone
- Focus: qualità vita, sicurezza, servizi
- Interesse: metrature 75mq - 90mq
- Orizzonte: residenza stabile o vacanza



Investitori immobiliari

- Portfolio diversificato
- Interesse: rendita da locazione turistica/annuale
- Apprezzamento location strategica
- Budget: [€XXX.000 - €XXX.000]

Strategia Funnel Marketing



TOFU – Awareness

- Social advertising [Facebook, Instagram, LinkedIn]
- Content marketing [blog, video, lifestyle]
- SEO locale [Bari immobili fronte mare]

MOFU – Consideration

- Landing page dedicata con virtual tour 360°
- Lead magnet [brochure digitale, planimetrie]
- Email nurturing [sequenza 5 email]

BOFU – Decision

- Consulenza personalizzata
- Site visit organizzato [cantiere/showroom]
- Proposta commerciale e closing

Lead Generation

Campagna multicanale per acquisizione lead qualificati con investimento [€XX.000] e targeting geografico/demografico preciso.

01

Campagne ADV online

Meta Ads , Google Ads targeting Bari 40km, retargeting visitatori sito, lookalike audience acquirenti luxury.

03

Content per attrazione organica

Blog [guida acquisto Bari mare], video tour immobili, testimonianze acquirenti, SEO ottimizzato per query [residenze Torre a Mare].

02

Landing page conversione

Pagina ottimizzata con form], CTA multipli [richiedi info, prenota visita, scarica brochure], live chat attivo.

04

Partnership e referral

Professionisti [commercialisti, notai].



Gestione Consulenti Commerciali

Sistema CRM e pipeline vendite

Implementazione CRM dedicato per tracciamento 300 con fasi pipeline: nuovo contatto → qualificazione → appuntamento → visita → proposta → negoziazione → chiusura.

Dashboard real-time per monitoraggio performance [X consulenti], reportistica settimanale su conversioni e forecast vendite.

KPI consulenti monitorati

- Lead assegnati vs contattati 100%
- Tasso conversione lead-appuntamento 60%
- Tempo medio chiusura vendita 30gg
- Valore medio transazione € 400k

Formazione team vendite

Training su USP progetto Càlé, tecniche di vendita consultiva, storytelling location, gestione obiezioni comuni, documentazione commerciale e aspetti tecnici immobili.

Materiali di supporto vendita

Brochure istituzionale, book planimetrie [formato digitale/cartaceo], video tour 3D, presentazione finanziamenti, comparativi di mercato, FAQ acquirenti.

Protocollo follow-up standardizzato

Primo contatto entro [24h], follow-up programmato giorni [3, 7, 14], script conversazionali personalizzati per ogni fase, escalation automatica lead caldi.

CLAIM DI CA'LE

Breve frase descrittiva

CLAIM RIGUARDO GLI APPARTAMENTI



TITOLO

Sottotitolo



CARATTERISTICHE

Sottotitolo
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim



CARATTERISTICHE

Sottotitolo
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim



CARATTERISTICHE

Sottotitolo
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim

Procedure Operative

Protocolli standardizzati per garantire efficienza operativa e qualità costante nell'esecuzione delle attività di marketing e vendita.

Acquisizione e qualificazione lead



- Form di contatto inoltrato automaticamente a CRM
- Scoring lead basato su [criteri: budget, tempistica, città]
- Assegnazione consulente entro [2h lavorative]
- Primo contatto telefonico/email entro [24h]

Gestione appuntamenti e visite



- Prenotazione online calendario condiviso
- Conferma automatica via email/SMS [48h prima]
- Preparazione documentazione personalizzata
- Follow-up post-visita entro [48h]

Reporting e ottimizzazione



- Dashboard KPI aggiornato real-time
- Report settimanale performance campagne ADV
- Analisi mensile funnel e tasso conversione
- A/B test continuo su creatività e messaggi

Integrazione e Ottimizzazione Workflow



Sincronizzazione sistemi

Integrazione CRM con piattaforme ADV [Meta, Google], automazioni marketing [email, SMS], calendario condiviso team, database centralizzato.



Automazioni marketing

Email nurturing automatizzato 6 e-mail, SMS reminder appuntamenti, notifiche interne assegnazione lead, tag comportamentali prospect.



Ottimizzazione continua

Revisione mensile budget ADV per canale, test creatività 9 varianti, analisi conversion rate per sorgente traffico, ottimizzazione costo per acquisizione.

Strumenti tecnologici utilizzati

- CRM: Crm Freesbe
- Marketing automation
- Analytics: Google Analytics 4, Meta Pixel
- Landing page: Wordpress

Processi ottimizzati

- Riduzione tempo risposta lead: 80%
- Aumento tasso conversione form: +90%
- Miglioramento quality score campagne: +45%

Social Media Management

Strategia social per costruire awareness del progetto Cà-lé, coinvolgere target premium e generare traffico qualificato verso landing page.

Content strategy

- Calendario editoriale 3 post/settimana
- Pillar content: lifestyle mare, architettura, territorio
- Format mix: foto, video, stories, reels
- Tone of voice: elegante, aspirazionale, autentico

Piattaforme e obiettivi

- **Instagram:** brand awareness, engagement target [25-45 anni]
- **Facebook:** lead generation, pubblico [35-60 anni]
- **LinkedIn:** professionisti, investitori
- **YouTube:** video tour, testimonianze, tutorial acquisto

Community management

- Risposta commenti/DM entro [Xh]
- Gestione recensioni e testimonial
- User generated content acquirenti



Contattaci



Email

info@freesbe.it



Sito Web

freesbe.it



Telefono

+39 334 1130384