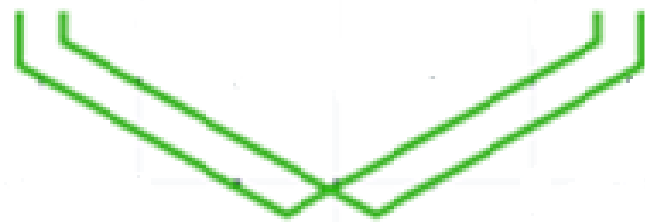


# PROGETTO ANDRIA



**LIVINGCOOP360.IT**





# ARGOMENTI TRATTATI

Soggetti coinvolti  
Obiettivi dell'azienda  
Prodotto  
Analisi swot  
Andamento Economico  
Timeline



# SOGGETTI COINVOLTI

---

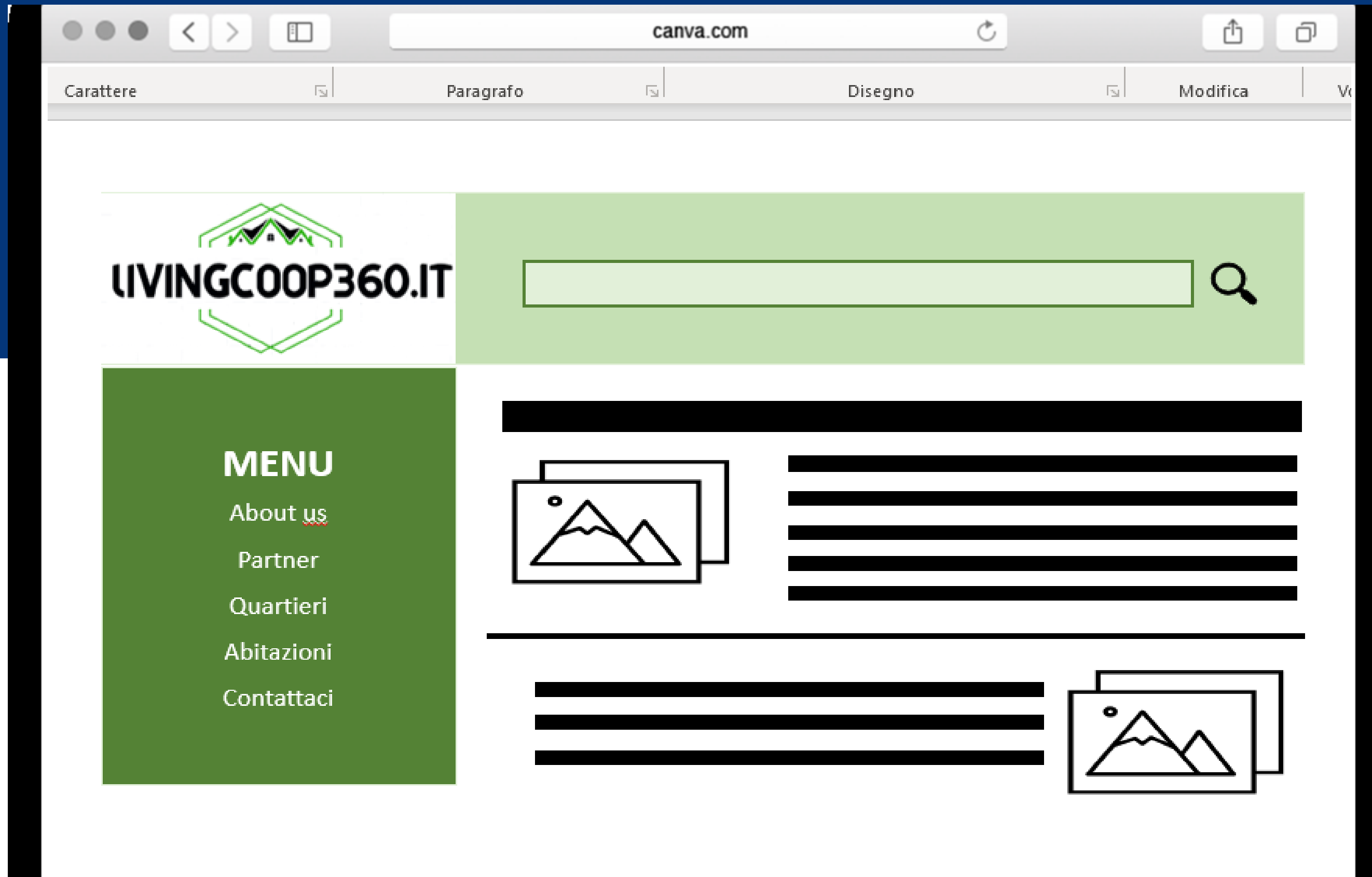


# OBIETTIVI

## WHAT WE WANT TO DO?

- Migliorare la comunicazione tra il cliente e l'azienda immobiliare
- Cambiare l'immagine sociale delle zone riqualificate
- Dare all'acquirente un prodotto di qualità ad un prezzo sostenibile
- Tutelare il cliente

# PROTOTIPO HOMEPAGE

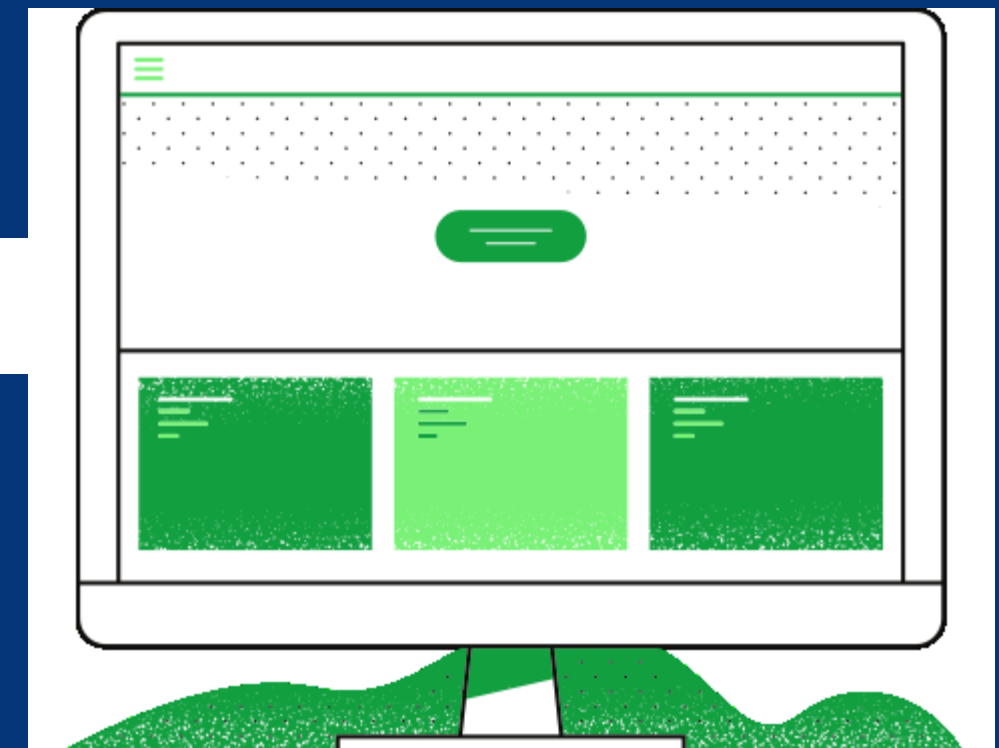




# SITO WEB

## Per il cliente

- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]



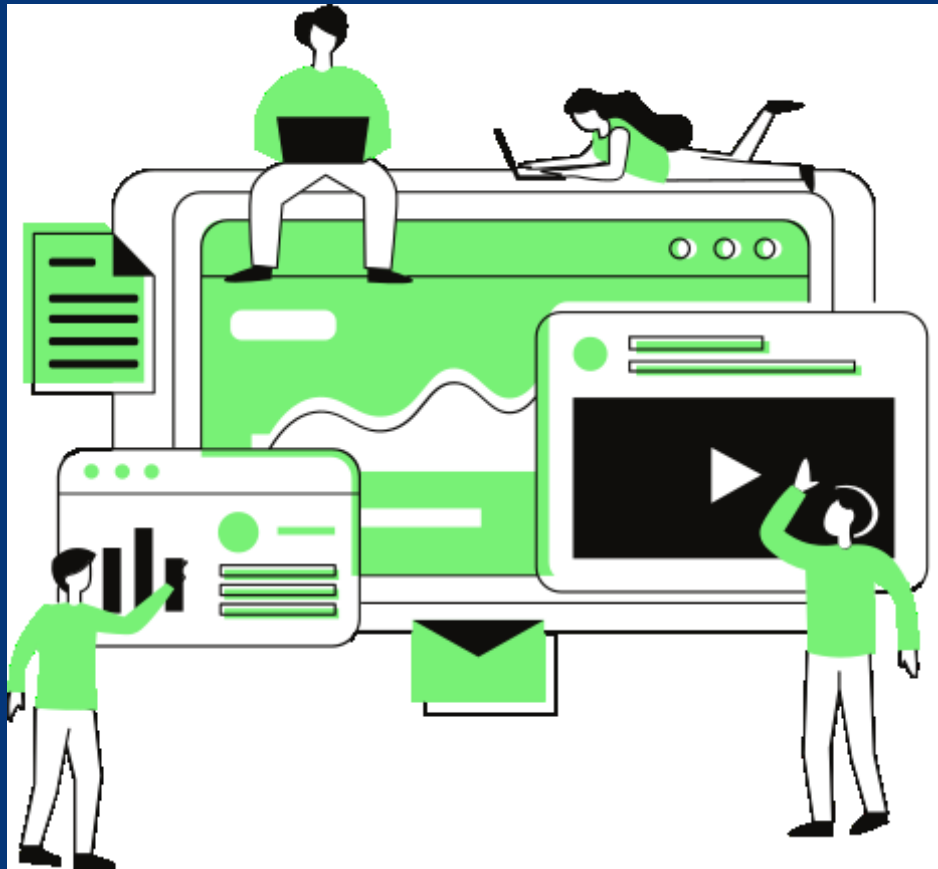
# Per l'azienda

[Redacted text block]

[Redacted text block]



- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]



# CONCORRENZA



immobiliare.it

casa.it

idealista.it

La nostra piattaforma si differenzia per la tipologia di immobile (riqualificazioni urbane), la scelta accurata dei partner e la pubblicazione degli annunci a cura dei nostri esperti per meglio valorizzare le aziende e gli immobili.

Un'altro segno distintivo dei prodotti che offriamo sono i prezzi e la qualità degli immobili dovuti al basso costo del terreno all'inizio che diventerà in seguito zona di pregio.

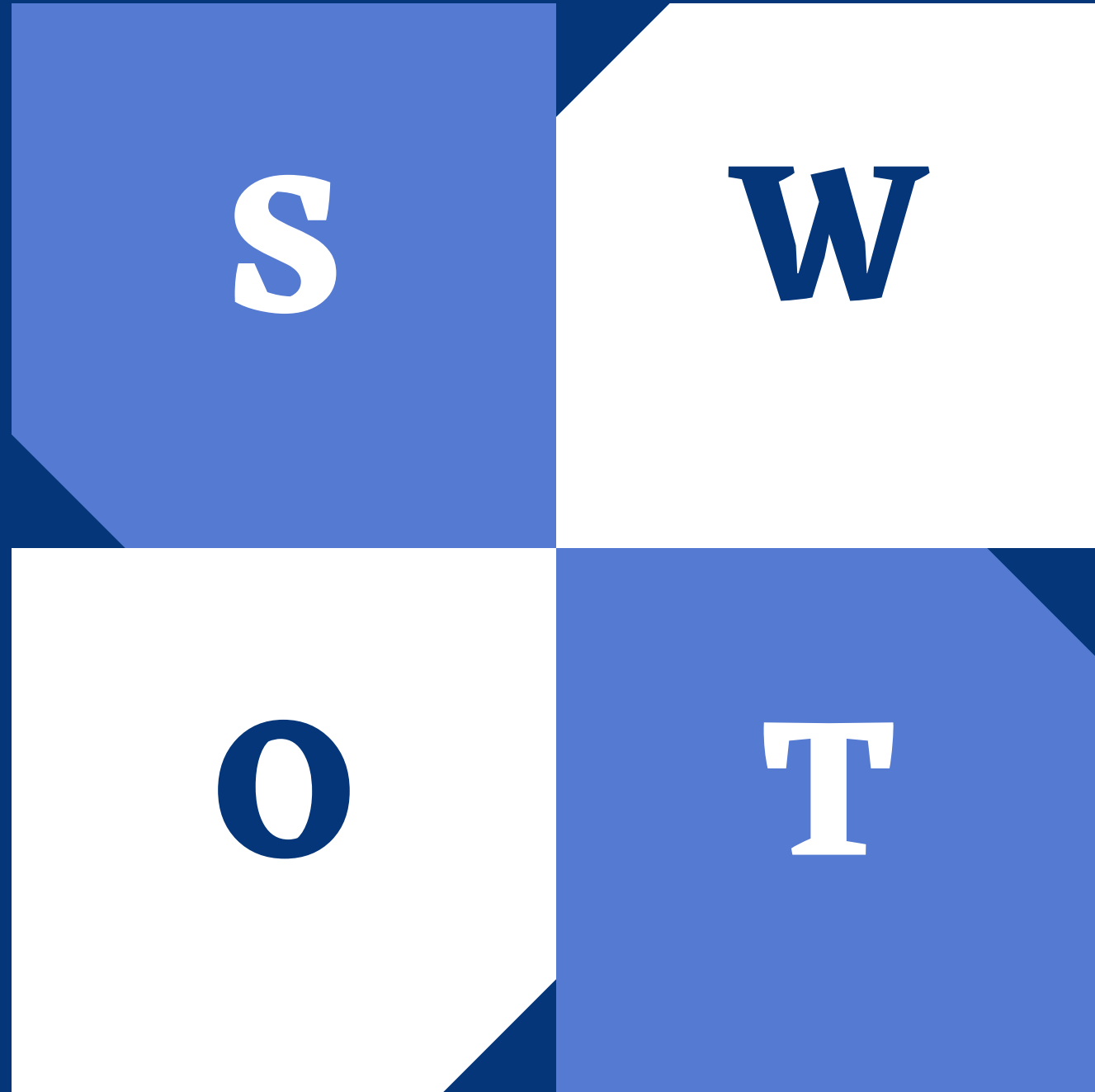


## STRENGTHS

- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

## OPPORTUNITIES

- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]



## WEAKNESSES

- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

## THREATS

- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

# B2C

*Famiglie, giovani coppie*

## Bisogni:

Prezzi bassi, qualità di vita, servizi vicini, sicurezza e flessibilità.

## Soluzioni:

Contratto su carta, partner selezionati, consulenze professionali.

# B2B

*Aziende di costruzione*

## Bisogni:

Finanziamenti, comunicazione adeguata e raggiungere il mercato finale.

## Soluzioni:

Le caparre degli acquirenti finanziano i progetti in corso, presentazione delle aree in modo alternativo concentrandoci sul quartiere invece che sulle singole abitazioni.



# STRATEGIE DI MARKETING

- [Redacted]

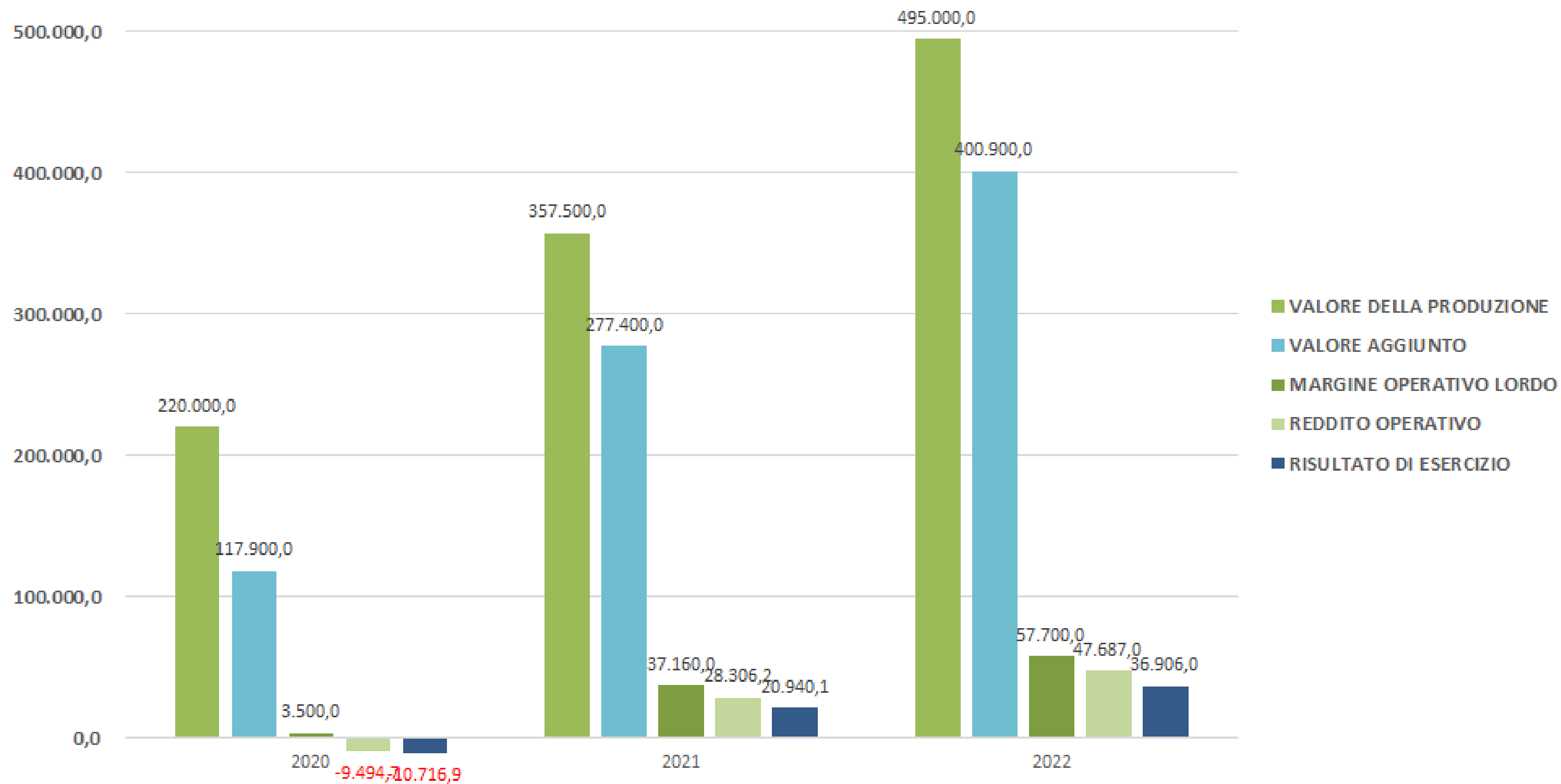
- [Redacted]

  - [Redacted]
  - [Redacted]
  - [Redacted]

- [Redacted]

EMILIA ROMAGNA  
REGGIO EMILIA

# ANDAMENTO ECONOMICO





# TIMELINE

2020

**Sviluppo sito:** aggiunta forum  
per ascoltare le persone

2021

**Alti standard di servizio:**  
maggior soddisfazione del  
cliente

2022

**Acquisizione notorietà:**  
allargamento orizzonti in territorio  
nazionale

2023

**Obiettivo crescita:**

Aumento risorse tecniche e personale

Thank  
you