Fabrizio Zampetti La "non agenzia" e il look impeccabile

Un gentleman alla guida di un'agenzia immobiliare di lusso a Milano. Un personaggio particolare e un manager di primo livello

abrizio Zampetti è all'antica, molto all'antica.
Dall'abbigliamento impeccabile alla Vespa con cui si muove, disdegnando l'automobiee. Ma dietro questo aspetto da

le. Ma dietro questo aspetto da Grande Gatsby si nasconde un romano più milanese dei milanesi, quasi svizzero. Non vuole stupire o impressionare, vuole che nulla sia lasciato al caso e che non ci sia mai un errore nei lunghi passaggi che vanno dalla prima visita all'appartamento in vendita fino al rogito. Implacabile, non molla né il cliente né la vendita finché il business non va a buon fine. Steve Jobs ha detto: "l'unico modo per eccellere nel lavoro è amarlo". Fabrizio Zampetti dice: "i miei successi sono legati al rispetto che ho avuto per le persone che ho incontrato. lo non vendo nulla, faccio comprare. Che è molto diverso".

HOUSE HUNTER

Un cacciatore di case al top, un personaggio di mondo, con una lunga esperienza da minatore dell'animo umano. Vuole la vittoria – la vendita - come un tra-

abrizio Zampetti è all'antica, molto
all'antica.

Dall'abbigliamento impeccabile alla
Vespa con
cui si muove,
disdegnando

guardo irrinunciabile. La casa da
vendere è un bene tanto materiale quanto spirituale. Trattative,
migliaia di trattative, un lavoro
da minatore, scavare la psicologia di compratore e venditore,
trovando prezzo e condizioni
che vadano bene a entrambi. In
questo Zampetti è un protagonista. Vincente.

ENTREPRENEUR, SENSITIVE TO BEAUTY

Un romano di successo a Milano. In un settore difficile, popolato da professionisti ma anche da improvvisati mediatori. È un venditore e se ne vanta, tanto da farne una ragione di vita e di impresa. Per Zampetti vendere è un'impresa, nel senso della fatica ma anche della organizzazione del lavoro. Fa tutto da solo, ma non trascura il minimo particolare, grazie a una squadra di collaboratori che passa al microscopio ogni fase delle trattative. Al primo incontro sei stupito, davanti a una ricercatezza dell'abbigliamento da 'the Roaring Twenties', quegli Anni Ruggenti del secolo scorso dove all'Art Nouveau (il Liberty) subentra l'Art Déco (Art Décoratifs). In quel periodo in Italia, tra Lombardia e Piemonte, il settore tessile occupava molti più operai che l'industria meccanica e auto-



mobilistica. All'antica ma rapido ed efficiente, Fabrizio Zampetti è italiano al cento per cento, romano nella velocità di capire la situazione e trovare la via d'uscita, milanese nella calma e nel cercare un equilibrio fra le parti, smorzando ogni controversia, individuando sul nascere ogni ostacolo ed eliminandolo per tempo.

NEVER BY CHANCE

Nelle carte da firmare che porge al cliente come nell'arredamento del suo studio Fabrizio Zampetti mette una cura totale, non troverete né il classico granello di polvere né un errore di battitura: tutto dev'essere perfetto, per il cliente, ma anche per lui stesso. Non si fa mai cogliere impreparato, se fa qualcosa è perché lo ha pensato e previsto in ogni particolare. Non è mai impulsivo, mantiene un basso profilo, pratico e realista, quasi in contrasto con la ricercatezza dell'abbigliamento che è impossibile non notare, tra stupore e meraviglia. Se nell'abbigliamento è un passo avanti, nei modi è il passo è quello dei bei tempi andati. L'esperienza gli serve per superare le emergenze, per risolvere i problemi imprevisti. È come i giapponesi, per i quali usare la parola 'no' è da maleducati. Smussare, ingentilire, mantenere la calma: nel suo lavoro non esiste il 'no', ma neanche l'ottimismo superficiale di facciata. Non demorde. sfodera avvocati commercialisti architetti e quant'altro necessario a rassicurare il cliente. In poche parole vi trovate davanti a un personaggio che è anche protagonista. Professionalmente sta dietro le quinte, non si mette mai davanti al cliente, che ascolta pazientemente senza mai reagire. Il famoso detto che il cliente viene prima di tutto è stato declinato da lui in varie versioni: "Un cliente è per sempre. Meglio un cliente felice domani che un cliente insoddisfatto oggi. Ogni cliente è un mondo e va esplorato".



BUSINESS PHILOSOPHY

Fabrizio Zampetti è talmente preso dal cliente e dalle fasi di lavoro da averne fatto un vero e proprio stile di vita, una sorta di missione. Naturalmente il principale scopo è arrivare alla soddisfazione del cliente, anzi dei clienti visto che sono due i protagonisti, chi vende e chi compra. Il ritornello popolare recita "fatti, non parole", ma il nostro invece lavora molto con le parole, non tanto le proprie ma quelle dei clienti. Li ascolta con pazienza certosina, annota mentalmente tutto per avere un ritratto preciso dei gusti e delle esigenze. Cerca di immedesimarsi nel cliente, lo segue anche in situazioni impreviste

"Un cliente è per sempre. Meglio un cliente felice domani che uno insoddisfatto oggi"

e imprevedibili, soprattutto non lo abbandona mai. Chi di noi non si è spazientito rincorrendo tra telefonate e mail interlocutori vari dei servizi di cui tutti siamo schiavi: telefono, automobile, connessione internet, scadenze burocratiche, controlli sanitari? Viviamo in una giungla burocratica pesante e faticosa. La filosofia di Zampetti è quella di sollevare il cliente da qualunque incombenza, in modo che possa concentrarsi solo sulla scelta della casa. Tutto il resto – i passaggi sono molti e pieni di insidie tra catasto e notaio, certificazione energetica e condoni - è seguito e gestito con rigore da un team di esperti qualificati come architetti, avvocati, commercialisti.

