

Uniti nei valori, flessibili nelle differenze

Dalla valorizzazione delle persone al dialogo quotidiano tra le sedi di Lugano e Ascona: Wetag ha costruito il proprio modello organizzativo sulla condivisione delle competenze e sul lavoro di squadra.

Una filosofia che punta su trasparenza, formazione e responsabilità individuale, lasciando al tempo stesso alle due sedi la flessibilità necessaria per interpretare mercati e clientele differenti. Ce ne parlano Philipp Peter e Iradj Alexander David, Owners e Co-Ceo di Wetag.



Wetag dedica particolare attenzione alle proprie risorse interne. Quali principi guidano la scelta e la crescita dei collaboratori?

P.P.: «Il primo elemento che cerchiamo nelle persone è lo spirito di squadra. Nel nostro settore si tende molto a valorizzare la figura del singolo venditore e i risultati individuali. Noi abbiamo scelto una strada diversa. Prevediamo una remunerazione composta da un salario fisso e un sistema di bonus che viene condiviso all'interno del team per ogni singola

vendita. Infatti, una compravendita non è mai soltanto il risultato di chi accompagna il cliente a visitare una proprietà o conclude la trattativa. Dietro ci sono l'assistente che gestisce una richiesta, chi risponde al telefono, il marketing che assicura visibilità all'immobile, chi realizza fotografie, video e testi. Ogni passaggio della catena contribuisce al risultato finale. Accanto allo spirito di squadra cerchiamo trasparenza, nei rapporti tra colleghi così come in quelli con venditori e acquirenti. E siamo noi per primi a praticarla, mettendo a disposizione dei collaboratori tutto il no-

stro know-how e l'esperienza accumulata negli anni. La mia filosofia è quella di chi guida un'azienda non dovrebbe necessariamente essere quella di determinarsi come il più bravo in tutto: deve piuttosto saper scegliere persone che, nei rispettivi ambiti, possano essere persino più competenti di lui, lasciando loro lo spazio per esprimersi e crescere».

Uno dei momenti più significativi di questa filosofia sono i vostri viaggi di team building. Come sono organizzati e che cosa rappresentano?

I.A.D.: «Quando le condizioni del mercato lo consentono, organizziamo un viaggio di quattro giorni al quale partecipa l'intero team Wetag, oggi composto da 17 persone. Scegliamo destinazioni che permettano innanzitutto di uscire dalla dimensione professionale quotidiana e creare un clima più rilassato. Negli anni siamo stati, per esempio, in Sardegna, a Mykonos, Ibiza e da ultimo a Bodrum. Il programma è comunque piuttosto intenso e alterna attività, esperienze condivise, momenti di confronto e occasioni più infor-



mali. Lo scopo è permettere alle persone di conoscersi meglio al di fuori dell'ufficio e rafforzare relazioni che poi si riflettono positivamente sul lavoro. È inoltre un'occasione importante per riunire i collaboratori di Lugano e Ascona, che appartengono alla stessa azienda ma non hanno la possibilità di incontrarsi quotidianamente. C'è infine anche un aspetto di riconoscenza da parte nostra, in quanto il nostro team lavora con grande disponibilità e spesso senza guardare rigidamente agli orari o i fine settimana. Ritrovarsi tutti insieme per scoprire una destinazione nuova è inoltre un piacere e un modo per riconoscere questo impegno, non soltanto attraverso una gratificazione economica».

Al di là del team building, come affrontate la formazione e l'aggiornamento professionale?

P.P.: «Una parte importante della formazione avviene internamente e quasi quotidianamente. Condividiamo negoziazioni, esperienze, problemi e informazioni: il confronto su casi reali diventa così uno strumento continuo di crescita professionale. A questo si aggiungono le opportunità offerte dalle quattro affiliazioni internazionali di cui facciamo parte, che organizzano meeting periodici a li-

vello europeo e mondiale. Scegliamo di volta in volta chi coinvolgere in funzione dei temi trattati. Se, per esempio, si parla di marketing, nuove tecnologie o applicazioni digitali, partecipano i collaboratori

maggiormente interessati a quelle aree; lo stesso avviene quando gli incontri sono più orientati alla vendita. Il valore di queste esperienze è soprattutto il confronto. I nostri collaboratori possono misurarsi con professionisti e società di primo piano a livello internazionale. Crediamo che il modo migliore per far crescere le competenze di ogni singolo, sia condividere le esperienze: l'esperienza di una persona deve poter diventare patrimonio di tutto il team».

Wetag opera attraverso due sedi, Lugano e Ascona.

Quali sono le caratteristiche di queste due realtà?

I.A.D.: «Entrambe sono profondamente radicate nei rispettivi territori. Il Ticino presenta una particolarità molto evidente: il Monte Ceneri separa due aree geograficamente vicine, ma caratterizzate da dinamiche e profili di clientela in parte differenti. Dal punto di vista organizzativo, amministrativo e dei valori aziendali, Lugano e Ascona seguono esattamente gli stessi criteri. Allo stesso tempo, la distanza geografica e soprattutto le caratteristiche differenti dei mercati rendono necessaria una certa autonomia operativa. L'aspetto fondamentale è quindi mantenere una comunicazione costante».

Anche le clientele di Lugano e Ascona presentano profili differenti?

P.P.: «Sì, e questo rappresenta uno degli aspetti più interessanti. Lugano intercetta maggiormente una clientela interessata alla relocation e alla prima residenza. Ascona e il Locarnese hanno invece una componente più marcata legata alla seconda residenza e alla dimensione leisure. Di conseguenza, le campagne di marketing vengono costruite tenendo conto della provenienza geografica, della lingua, dell'età e delle caratteristiche del pubblico che intendiamo raggiungere. Avere competenze interne ci consente anche di reagire rapidamente ai cambiamenti. Il mercato immobiliare internazionale è influenzato da fattori economici, sociali e geopolitici e bisogna saper leggere tempestivamente i segnali e intervenire velocemente con campagne mirate».

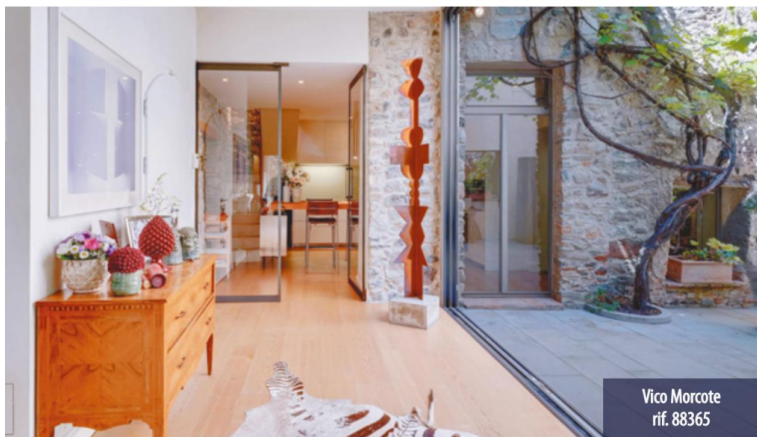
Qual è allora il principale valore aggiunto che nasce dall'integrazione tra Lugano e Ascona?

P.P.: «La possibilità di essere contemporaneamente molto radicati sul territorio e capaci di offrire una visione complessiva del mercato ticinese. Nell'immobiliare di fascia alta la presenza locale è fondamentale: il cliente vuole risposte rapide, interlocutori che conoscano realmente il territorio e professionisti ai quali potersi rivolgere direttamente. Il nostro obiettivo è offrire un servizio realmente su misura, sia al proprietario che affida a noi un immobile sia a chi sta cercando una proprietà. Potremmo sintetizzare il nostro modello in questo modo: uniti nei valori e nel metodo, flessibili nell'interpretare territori, mercati e esigenze personali differenti». 



Porto Ronco
rif. LOC1503

WETAG



Vico Morcote
rif. 88365



Davesco-Soragno
rif. LUX1805-1



Brissago
rif. LOC1793



Agno
rif. LUG1618

PER SAPERNE DI PIÙ

Scansioni il codice QR con la fotocamera
del suo cellulare oppure visiti
www.wetag.ch

Contatti
+41 91 601 04 40
info@wetag.ch



La nostra rete internazionale

CHRISTIE'S
INTERNATIONAL REAL ESTATE

LUXURY
PORTFOLIO
INTERNATIONAL

Leading
REAL ESTATE
COMPANIES
OF THE WORLD

FOUNDER MEMBER
EREN
TRUST REAL ESTATE