

# BUSINESS CASA



## F I N A L I T A'

La finalità del progetto nel suo complesso è quella di valorizzare al massimo i domini businesscasa.com e businesscasa.it integrandoli in un unico grande spazio web dedicato esclusivamente alla casa e al suo business. Un portale a 360° con 3 distinte aree:

- l'area dedicata all'immobiliare;
- l'area dedicata alla ricerca di prodotti e articoli per la casa;
- l'area dedicata ad un video-magazine.

Il visitatore deve trovare naturale associare al nome stesso dei domini businesscasa termini come: convenienza, opportunità, guadagno e affare. (the best of home business)

E' prevista inoltre l'integrazione delle 3 aree con la pubblicità di Google e con altri soggetti e committenti presenti nel mercato dell'advertising.

Per raggiungere questo scopo è previsto l'utilizzo di internet nella sua totalità e capacità di utilizzo di tutti i media oggi disponibili (televisione, cellulari ecc..)

## **Cenni sugli elementi costitutivi del progetto**

IL REAL ESTATE raccoglie un network di selezionate agenzie immobiliari che hanno la possibilità di presentare il meglio del loro portafoglio immobiliare attraverso l'utilizzo delle TOP TEN LIST (n.10 unità) divise per tipologie d'immobili (rustici & casali, residenziali vari, ville, turistici, commerciali, ecc.).

La scelta delle TTL è legata all'esigenza di distinguersi dal solito elenco classico di pubblicazione utilizzato dalle agenzie e di coniugare sempre ogni inserzione con il nome del dominio e lo slogan dello stesso: "The best of home business".

In pratica, l'agenzia può utilizzare il normale elenco generale (sotto altri domini) ma può anche proporre un elenco di assoluta eccellenza, di facile gestione per la stessa e di rapida consultazione per il visitatore. A questo proposito, dal punto di vista tecnologico, le TTL possono essere create, vista la loro ridotta dimensione, anche per il loro utilizzo su mobile (vedi [www.flexmobile.it](http://www.flexmobile.it) )

Inoltre le TTL, per la loro peculiare caratteristica di proporre il meglio del mercato immobiliare, possono trovare utilizzo ed audience in media come radio e web tv.

LO STORE ha naturalmente lo scopo di presentare prodotti, beni e articoli che riguardano tutto l'universo casa ed è costruito sulla falsariga di portali noti.

IL MAGAZINE o meglio il Video-Magazine ha il compito di presentare servizi e beni che interessano la casa tramite l'utilizzo di video dagli stessi produttori e che riguardano: l'arredamento, il design, l'architettura, l'artigianato, l'arte, il verde, la tecnologia, ecc. . ecc. . In aggiunta ai video trovano spazio articoli redazionali (vedi es. come [www.atcasa.corriere.it](http://www.atcasa.corriere.it) )

## **Alcune note e considerazioni finali**

Il progetto prevede l'utilizzo di partners ( tecnologici, commerciali, finanziari) diversi. Il loro apporto dovrà rispondere a specifiche professionali ben precise che, per la loro singola area di competenza, assicurino la gestione del prodotto-servizio in termini di assoluta eccellenza.

La tempistica di realizzazione del progetto avrà scadenze diverse e nella prima fase si limiterà solo all'individuazione dei possibili partners interessati al progetto, con una dichiarazione di manifestato interesse. Una tempistica diversa riguarderà anche la stesura di accordi commerciali e di collaborazione con singoli ed autonomi soggetti, e società. I soggetti che esprimeranno una dichiarazione di manifestato interesse al progetto saranno relazionati ed aggiornati attraverso ben definiti mezzi e canali.

Referente: Dott. Roberto Bartocchini (3201135356)

[info@bhbclub.com](mailto:info@bhbclub.com) / [www.bhbclub.com](http://www.bhbclub.com)