

Michele Schirru intervista Russell Quirk

Founder di Emoov, co-Founder di Properganda PR, Investor Director in Keller Williams



- Michele Schirru

Ciao, sono Michele Schirru e questa è PropTech Italia. Russell, benvenuto nel podcast.

- Russell Quirk

E' bello essere qui. Grazie per avermi invitato.

- Michele Schirru

Fantastico. Come stai oggi?

- Russell Quirk

Sto molto, molto, molto bene, grazie mille. Sì, mi sento nel posto giusto.

- Michele Schirru

Passiamo alla lista di domande che ho preparato per te, sarà divertente!

Russell Quirk, Founder di Emoov, co-Founder di Properganda PR, Investor Director in Keller Williams, possiamo continuare per ore e ore in quello che hai fatto in passato, nell'immobiliare e non solo.

Allora, per la comunità italiana di appassionati di immobiliare e dintorni, la mia prima domanda è volta al capire meglio la tua persona, inquadrare chi è Russell Quirk: cosa stai facendo in questo momento? Che cosa hai fatto negli ultimi, non so, venticinque anni?

- Russell Quirk

Venticinque anni!? Wow, ok. Prevalentemente il mio background è nell'immobiliare come dici tu. Ho trascorso 10 anni a gestire un'agenzia immobiliare indipendente e tradizionale in Essex, vicino Londra, con mio cugino Anthony. È stata la naturale conseguenza della nostra storia familiare che risale sino agli anni Cinquanta. Come agente immobiliare, mio nonno ha iniziato l'attività di agenzia con il nome di Quirk. Nel 2009 ho poi venduto la mia quota, nel periodo successivo alla crisi finanziaria, quando le cose sono state davvero difficili in generale, soprattutto per le agenzie immobiliari.

Sai, la gente parla del momento Eureka. Avevo pensato al domani, quello che pensavo fosse il futuro dell'agenzia immobiliare, la mia sensazione predominante è stata di guardare a cosa stava succedendo in altri settori, in particolare il recruiting, le assicurazioni, il retail, il finanziario e così via. Ho realizzato che si stava delineando un processo di centralizzazione. Mi ero allora convinto che gli agenti immobiliari non avessero più bisogno dell'impronta di più filiali. E credo che ora questo sia diventato realtà con Foxtons e Countrywide. Semplicemente non possono permettersi tutte quelle filiali territoriali, e questo è stato ben documentato, credo, negli ultimi mesi.

Pensavo ad una sorta di digitalizzazione del settore. La crisi finanziaria di allora, è stata per me l'occasione di pensare di farlo davvero. Così nel 2009 ho creato Emoov, che ho gestito per nove anni, in maniera ottimale per certi versi, ma ovviamente qualcosa è andato storto perché alla fine del 2018 abbiamo fatto crash. Ma per molti versi è stato un successo. Abbiamo raccolto un sacco di venture e private equity, high net worth asset e diversi round di crowdfunding. Abbiamo raccolto 29 milioni di sterline in totale. Quel viaggio - e sono sicuro che lo approfondiremo - è stato affascinante, è stato per certi versi un successo in termini di dimensioni e di risultati dell'azienda. Anche rispetto ai processi di centralizzazione operativa e di marketing che abbiamo impiegato.

Intendo rispondere alla tua domanda in questo modo: molto brevemente, negli ultimi 25 anni, ho passato 10 anni in agenzia immobiliare digitale e Proptech, 10 anni in agenzia immobiliare tradizionale, ma ho fatto un sacco di altre cose anche di contorno.

Sono stato nella City per un po' di tempo, dove ho fatto il broker, è stato molto illuminante. Ed in realtà, poi, ho forgiato una carriera da radio speaker di tipo amatoriale, suppongo; faccio un sacco di radio come esperto del settore immobiliare. Ma anche un po'

commentatore politico. Sono su BBC, LBC, Talk radio, e mi piace molto. Questo fa parte della costruzione del mio personal brand, ma è anche una porta d'ingresso per alcuni dei miei clienti in Properganda PR, in termini di presenza in radio e per una crescente consapevolezza del loro business e del loro marchio.

Diciamo che indosso diversi cappelli, credo sia la risposta breve alla tua domanda.

- Michele Schirru

Allora, andando avanti Russell, fuori onda abbiamo parlato di UnIssu, conosco bene la piattaforma ed il loro podcast.

Sono rimasto davvero colpito una volta perché eri ospite nel loro podcast e parlavi di una cosa chiamata la regola delle tre T, che sta per: trazione, team e tecnologia. Puoi condividere con noi qualche info in più su questo?

- Russell Quirk

Sì, voglio dire che ci sono un sacco di parole d'ordine e aneddoti che volano nel mondo delle startup in termini di quali siano i magic bullet per raggiungere il successo. Penso che quello di cui parlavo con James Dearsley e Eddie Holmes fosse il trovare tre cose che fossero davvero importanti per una startup in ambito proptech.

Primo, la tecnologia, in termini di quale sia quella applicata al proprio business e che sia distintiva rispetto agli altri, è importante il modo in cui la si mette a disposizione in una sorta di agilità senza spendere troppi soldi - e in effetti abbiamo speso troppi soldi con Emoov.

La trazione è abbastanza ovvia. Sai, prendendo come esempio l'agenzia immobiliare online, oggi non ci può essere alcuna trazione. Voglio dire che l'ha avuta sino a quando era in forte crescita fino al 2014 15 16 17. Ora ha raggiunto il suo massimo per diversi motivi in cui, se vuoi, posso addentrarmi. La trazione, quando si tratta di mantenere alto l'appetito degli investitori è molto importante. La regola da rispettare era che dovevi crescere del 10 per cento al mese o del 100 per cento all'anno, per mantenere l'interesse e attirare l'interesse di nuovi investitori.

Penso che ci siano alcuni aspetti negativi in quella filosofia che vede la crescita ad ogni costo. Non credo necessariamente che sia la strada giusta da seguire perché alla fine continui a concentrarti sulla linea del fatturato a tutti i costi e ti dimentichi di esaminare i costi di marketing, i costi di acquisizione, prima di capire che sei fuori controllo stai già guardando all'opzione di raccogliere più soldi solo per tenere accese le luci del marketing e poi andare a sbattere su un muro come abbiamo fatto noi. Quindi la trazione ovviamente è importante ma penso che sia contestuale.

Poi c'è Team, la cosa più importante in una startup. Ed è proprio così, il team Senior è molto importante. Si tratta delle persone a cui delegare le funzioni di marketing, tecnologia, finanza, etc... Con Emoov le persone erano le più importanti e ne avevo alcune incredibilmente capaci e leali all'interno dell'organizzazione, erano state con me per molti anni. Dipendente numero uno Lauren Rutherford, ha iniziato con me nel 2011. Ha lasciato la stanza con me nel 2018.

E sai, ho realizzato di essere stato incoraggiato ad assumere CFO CMO COO CTO di prima qualità - l'intera banda della suite C - ed in realtà penso che probabilmente, non in termini di singoli individui che andavano alla grande, ma probabilmente sono stato incoraggiato a seguire un percorso di assunzioni eccessivo che ha poi reso l'attività 'troppo pesante' ed ingombrante, ma soprattutto molto costoso a livello finanziario.

Il costo totale della mia C Suite era di circa 1 milione di sterline all'anno, eravamo un'azienda con ricavi da due e mezzo a tre milioni prima della fusione con Tepilo. Poi, dopo aver annesso anche Channel 4 e Urban.co.uk, abbiamo registrato ricavi da sei milioni e mezzo a sette milioni.

Allora quel genere di cose aveva senso. Ma comprendi che un milione di sterline all'anno per una suite C per un business che ha un fatturato di due e mezzo tre milioni è troppo.

- Michele Schirru

Follia, se mi permetti.

- Russell Quirk

Non ha senso ma un VC direbbe "ha senso perché devi metterti in posizione di essere spendibile per gli investitori" e quel senior team deve esserlo. Se hai intenzione di fare IPO, il CFO è davvero importante. Devi averlo messo in piedi molto prima della tua IPO perché ovviamente ha bisogno di conoscere intimamente il business e così via. E c'è una logica in questo. Lo Capisco. Ma mettendolo in piena operatività è difficile che si riesca a farlo funzionare bene. Persone che hanno guadagnato 150-200 mila sterline ed a cui è stata data un sacco equity, con la speranza di raccogliere un sacco di soldi e di realizzare una exit spettacolare.

Sai, dobbiamo capire che, in qualsiasi settore, che si tratti di retail, di prodotti assicurativi, tutte le startup puntano allo stesso obiettivo che è una grande exit o una vendita o una IPO, solo una piccola percentuale di aziende raggiunge quel risultato, addirittura una piccola percentuale di aziende riesce a passare dalla fase seed alla raccolta di Series A. Seedcamp diceva che circa il 6% delle startup in fase Seed ha poi raccolto la Series A. Quindi, in altre parole, il 94% delle startup non sopravvive o sopravvive su una base molto precaria.

Abbiamo questo tipo di atteggiamento da founder come se essere un fondatore di startup sia come era fare il macchinista di treni o l'astronauta negli anni '60, '70 e '80, tutti volevano esserlo, tutti oggi vogliono essere un founder quasi indipendentemente dal settore d'affari ed indipendentemente dall'idea. E francamente il mercato è troppo affollato.

Prendi ciò che è accaduto nell'agenzia immobiliare online, una specie di corsa all'oro ed eccitazione per un particolare elemento dirompente del settore. In tanti sono saltati a bordo ed hanno creato un mercato con tanti - troppi - player, tutti che raccolgono un sacco di soldi perché gli investitori sono molto entusiasti, ma alla fine della giostra c'è spazio solo per uno o due.

Quindi, alla lunga, la stragrande maggioranza dei player si schianterà e brucerà nei prossimi due o tre anni. Una sorta di sovra-finanziamento eccessivo e non c'è abbastanza spazio perché tutti possano crescere al ritmo necessario in quel particolare settore.

- Michele Schirru

Penso che tu stia introducendo qualcosa che era nella mia lista di domande perché si riferisce a Purplebricks credo. Essenzialmente abbiamo disegnato un frame delle agenzie immobiliari online che appare sovraffollato, stavamo dicendo prima di registrare che in UK ci sono oltre 25 agenti online al momento. E ovviamente si basano tutti su un forte marketing e su forti spese. I numeri non stanno davvero crescendo in termini di quota di mercato perché mi risulta sia intorno al 7-8 percento in generale.

- Russell Quirk

Neanche quello, la quota di mercato delle agenzie immobiliari online è del 5 o 6 percento di cui Purplebricks ne detiene circa il 65 percento.

- Michele Schirru

In uno dei tuoi ultimi report su LinkedIn hai menzionato i numeri di Purplebricks, elencavi i ricavi e gli utili verso il basso, il numero di annunci in discesa. Allora, il modello è definitivamente in declino? Cosa deve succedere per far sì che questa cosa continui e prosperi in questo mercato?

- Russell Quirk

Va bene, cominciamo con Purplebricks in termini di prova dei dati, dimentica per un secondo quello che dice Vic Darby, il nuovo CEO, nelle sue dichiarazioni alla City, sai, dove tutto è fantastico, tutto è in crescita e PB avrà una quota di mercato del 10 percento etc etc. La realtà è che Purplebricks detiene una quota di mercato del 4 percento delle inserzioni in UK. La giuria è fuori in termini di capire quante proprietà effettivamente vendono rispetto a tutti questi

annunci. Quindi, sospetto che la loro quota sul mercato venduto sia meno del 4 per cento per ora.

Il problema per Purplebricks è che hanno raggiunto plateau. Le loro inserzioni sono effettivamente diminuite di circa il 15 per cento su base annua. Hanno semplicemente alzato i prezzi per provare ad aumentare le entrate e sarà interessante vedere cosa succede come conseguenza di ciò sui loro volumi. Stanno ora cercando di ridurre i costi in modo piuttosto aggressivo.

Hanno ridotto le spese di marketing perché ovviamente sono preoccupati per l'aumento del costo di acquisizione. Hanno un vero problema e in particolare hanno un problema quando si tratta di soddisfare le aspettative della City, visto che Vic Darby ha detto che finiranno con una quota di mercato del 10 per cento nei prossimi 3-5 anni. Semplicemente non lo faranno. E mi mangerò le scarpe se Purplebricks raggiungerà una quota di mercato del 10 per cento mantenendo il modello attuale.

- Michele Schirru

A causa loro, o del modello in generale? Altre agenzie come Housesimple e Yopa, non pensi riescano a farlo, magari lavorando tutti insieme? C'è qualcosa di sbagliato nella proposta di mercato o c'è qualcosa di sbagliato nell'azienda?

- Russell Quirk

No, non direi che sono necessariamente le aziende, il problema che abbiamo con gli agenti immobiliari online è che tutti hanno speso un sacco di soldi per il marketing e la crescente brand awareness e così via.

Ciò che non risulta vero è che - nonostante ciò che pensavo nel 2006/7 - se facessi risparmiare denaro alle persone sulle loro spese di agenzia immobiliare, verrebbero tutti a correre verso di me. Ma ho constatato che quando qualcosa è troppo economico perde di credibilità. Quindi c'è la psicologia del consumatore in gioco.

Voglio dire, perché Apple vende gli iPhone a mille duecento sterline quando potresti comprare qualcosa dalla Cina per 200 sterline. È perché la percezione è che l'articolo Apple ha un valore anche se è più costoso, perché è migliore, è più fresco e così via. Lo stesso vale per la scelta di un agente immobiliare. Le persone si rendono conto che è un processo di almeno sei mesi, tra posizionamento della casa sul mercato e portare la compravendita a termine. E di conseguenza, se il servizio è troppo economico, la preoccupazione è che il lavoro non venga svolto correttamente, questo è ciò che penso sul versante agenzia immobiliare online.

Prendi Easy Property, un cheap brand, marchio economico. Voglio dire, sono rinomati per tutto ciò che costa poco, sia che si tratti di caffè a Leicester Square per una sterlina, autobus per l'aeroporto di Luton per tre sterline e cinquanta oppure volo a Madrid per quaranta sterline. Sono un marchio che si affida al fatto che il loro basso costo diventi il principale USP (unique selling point). Quando poi lo applichi ad un processo costoso e ad una risorsa come la proprietà, semplicemente non funziona perché si crea un enorme conflitto.

Quindi, il settore online sta cercando di spingere proponendo commissioni a poche sterline ma lo fa con difficoltà. Ecco perché secondo me ha un limite del 10% di quota di mercato, non lo sapevo fino a un paio d'anni fa, ma stavo analizzando cosa facevamo con Emoov in termini di tutti i diversi canali di marketing su cui ruotavano i diversi messaggi, guardando anche ai nostri concorrenti. Era ovvio che c'era un soffitto di vetro, c'è semplicemente tuttora.

La via da seguire, penso, è sicuramente applicare la tecnologia in una certa misura, sicuramente applicare efficienza operativa e centralizzazione, ma in realtà non si può fare molto tagliando le commissioni, nello stesso modo in cui sai che Harrods non fa sconti, oppure prendiamo i ristoranti di Gordon Ramsay. Non ti offrono tre antipasti e tre vini con un primo a prezzo scontato.

Perché non lo fanno? Perché sminuisce l'offerta, ed è lo stesso con gli immobili. Secondo me...

- Michele Schirru

Giusto e condivisibile. Hai menzionato da qualche parte che Purplebricks, Housesimple, Yopa, dovranno unire le loro forze per rimanere in affari. È qualcosa in cui credi davvero oppure è stata solo una sparata per dire qualcosa di forte?

- Russell Quirk

Stai suggerendo che possa dire cose solo per generare clamore? No no, credo che né Yopa né Housesimple possano sopravvivere, e di nuovo questo è un dato di fatto. Yopa ha perso 35 milioni di sterline nel 2018. Hanno appena raccolto 16 milioni di sterline, che era molto meno di quanto prevedessero di raccogliere, hanno perso il loro CEO, LSL aveva declassato il valore del loro investimento da 21 milioni ad un milione di sterline. Non ci vuole molto per capire la direzione di viaggio per Yopa, dato che non stanno crescendo di dimensioni.

Yopa fallirà. È assolutamente inevitabile a meno che non riescano a fare un accordo, come ho fatto io con Tepilo, in cui cercano conforto e protezione fondendosi. Penso che, alla fine, ciò che deve accadere è che Housesimple o Yopa, dovrà fondersi con Purplebricks, allora finiranno con una quota di mercato del 90 percento degli annunci di tutte le agenzie online. E sopravviveranno sulla base di quella scala ma non saranno mai più grandi di così. Ma per

onestà con Purplebricks, traggono profitto perché hanno raggiunto quel magico numero di 40-50000 annunci che permette quella scala di profitto.

Credo che Purplebricks non triplicherà di dimensioni nei prossimi tre o cinque anni, ma vale lo stesso per Yopa e Housesimple. Perché non tutti hanno avuto l'impellente bisogno di andare a risparmiare provvigioni scegliendo Purplebricks, Yopa e Housesimple, semplicemente non è successo e si sono fermati nella crescita. O falliscono o escogitano una sorta di idea di fusione.

L'altra ragione per cui penso che dovranno farlo sta nel fondo Tosca, nello specifico in Martin Hughes, che non è di certo un idiota. È un uomo molto intelligente e di una certa reputazione, Martin Hughes, tramite il fondo Tosca, possiede una parte considerevole di Purplebricks e possiede anche una parte considerevole di Housesimple, unisci i punti.

- Michele Schirru

Torniamo ad Emoov in un certo senso. Ci stavo pensando. Se ne avessi la possibilità, quali sono le due cose che faresti diversamente a pensarci ora e cosa faresti che non hai fatto, non lo so, per qualunque motivo non ci abbia pensato o non ci sia stato abbastanza tempo.

- Russell Quirk

Sì. Non mi prenderei così tanti soldi di rischio. E non avrei avanzato una proposta che riguardasse il fatturato e la crescita ad ogni costo. Sarei cresciuto organicamente, sarei andato da Simon Murdoch, il mio investitore preferito di sempre, un fondo brillante, un ragazzo brillante, avrei preso un milione o due da lui e fatto crescere l'azienda in modo organico per essere redditizia piuttosto che dover raccogliere 10 milioni di sterline all'anno da nuovi investitori solo per sopravvivere.

Ma l'altra cosa che avrei fatto è questa: quando ho iniziato a diventare preoccupato sulla fattibilità e sostenibilità del modello, ho chiesto conferma a Eddie Holmes e James Dearsley. Nel gennaio 2018, ho inviato loro un messaggio. Non sto dicendo che questa era la mia opinione, ma stavo iniziando a pensare che potesse essere vero. Volevo confrontarmi con due ragazzi che conoscevano molto bene il settore.

Ho detto: l'agenzia immobiliare online nella sua forma attuale non funziona, discutiamone. Così è stato due anni fa ed in realtà abbiamo parlato, ci siamo confrontati. Abbiamo in qualche modo respinto quell'ipotesi per cui l'opzione economica funzionasse su larga scala dal punto di vista del consumatore. Avrei dovuto esplorare in modo più aggressivo con il mio CdA la possibilità di diventare un agente a tariffa piena, che utilizzava esperti locali, che utilizzava tecnologia avanzata e centralizzazione operativa. E in realtà ho chiuso il cerchio quando ho

iniziato a guardare cosa diavolo dovevo fare per vivere. Nel gennaio 2019. Come pago le tasse scolastiche e come nutro la mia famiglia?

La cosa ovvia era fare PR. Perché ho un profilo e una reputazione nel settore immobiliare in termini di capacità di ottenere visibilità, era naturale che lo facessi per le altre persone e ora abbiamo molti clienti che ne traggono vantaggio. Ma quando poi andai a trovare Ben Tate alla Keller Williams, a proposito delle pubbliche relazioni abbastanza stranamente, mi resi conto che Keller Williams era in affari dalla fine degli anni '80.

Il loro modello è esattamente il modello che avevo iniziato a prendere in considerazione durante il 2018, che è a tariffa piena più la tecnologia avanzata e centralizzata, in realtà si concentra sull'agente piuttosto che sul business.

Ed è per questo che sono diventato un investitore in Keller Williams. Penso che la strada da percorrere in modo sostenibile per l'agenzia immobiliare sia quella di sfruttare gli agenti e il loro personal brand ed aiutarli con l'amministrazione, la parte catastale ed urbanistica e così via. Questo è quello che avrei dovuto fare diversamente. Sarei dovuto diventare un Keller Williams nel 2018 con una commissione piena dell'1,5% più IVA in caso di vendita.

- Michele Schirru

Ne abbiamo parlato qualche settimana fa in una conversazione privata e credo che questo mi spinga a farti una domanda su Compass, che è qualcosa di simile in questo versante, negli Stati Uniti ovviamente. Apparentemente fanno lo stesso tipo di lavoro, con KW o Remax. Mike Del Prete, non so se conosci il suo report a riguardo, si chiede se siano davvero una proptech tecnologica o solo un'azienda standard ma sopravvalutata...

- Russell Quirk

Guarda, sono una compagnia tecnologica quanto WeWork, ossia non sono una proptech.

- Michele Schirru

Si. Per esempio.

- Russell Quirk

Ma, naturalmente, vengono valutati come un'azienda tecnologica, da tech company si viene valutati dieci volte i ricavi anziché da tre a cinque volte i profitti. È ottimo per le aziende stesse e poi hanno Softbank dietro. Il problema che Compass sta per avere, sono un grande business e crescono molto rapidamente, forniscono un diverso ...

- Michele Schirru

Non li vedi in Europa?

- Russell Quirk

Non lo escluderei anche se la storia commerciale delle agenzie immobiliari in diversi territori che cercano di invadere altri territori non è buona. Purplebricks ne sono sicuramente la testimonianza come lo sono Foxtons. In realtà hanno avuto un periodo terribile, avendo fallito nel tentativo di espandersi negli Stati Uniti.

Per esempio, Keller Williams è un business negli Stati Uniti, ma in realtà Keller Williams non è un business degli Stati Uniti, è domiciliato lì, ma in realtà è già in 42 paesi, è già espanso e non si sta espandendo come business tecnologico sebbene sia fortemente abilitato alla tecnologia, si sta espandendo come strumento di potenziamento degli agenti.

Quindi penso che se le aziende venissero nel Regno Unito aspettandosi di essere in grado di fare lo stesso che hanno fatto negli Stati Uniti, potrebbero farlo, ma non sarebbe facile perché dal punto di vista culturale le cose sono abbastanza diverse, anche se le aziende sono affascinanti. Avremo uno shock quando tutti si renderanno conto che, come per WeWork, sono nel settore immobiliare e non nel settore tecnologico, venendo valutati di conseguenza.

L'altro problema per Compass è che hanno raccolto denaro semplicemente per acquistare quote di mercato in modo da fare esattamente quello che te e io stavamo discutendo in precedenza, ovvero la crescita in termini di entrate e di agenti a qualsiasi costo.

Ascolto ciò che dice Mike Del Prete, la sua analisi mostra che in alcuni casi Compass eroga ai loro agenti più del 100% della commissione che guadagnano per attirarli da Coldwell Banker Century 21, Element e così via.

Bene, è fantastico a breve termine, davvero impressionante per gli investitori quando puoi dire "Ehi guarda, raddoppiamo il conteggio dei nostri agenti ogni trimestre". Bene, cosa succede quando si concludono quegli accordi? Quando dici a una società di intermediazione che hai pagato il 125 per cento delle commissioni alla fine del loro mandato di due anni, che poi non lo farai più, hai un problema.

La società di intermediazione dirà a Compass: "Continuate a pagarmi il 125 per cento del fatturato", che ovviamente è completamente insostenibile. E ovviamente Compass dirà, sai: "non possiamo continuare a farlo. Era una specie di one off che abbiamo fatto solo per attirarti." Che cosa succede? Facile, quelle persone torneranno da Keller Williams e gli altri. Penso che Compass abbia creato un vero problema, anche se ciò che Del Prete potrebbe dire è che Compass sta cercando di diventare il business immobiliare predefinito, in concorrenza diretta con Zillow, in modo da andare direttamente da loro come acquirente o venditore, piuttosto che passare per qualsiasi altro agente o portale.

- Michele Schirru

Quindi cosa intendi con questo. Qual è la differenza su ciò che fanno al momento.

- Russell Quirk

Al momento le persone usano Zillow e penso che quello che stanno cercando di fare sia quasi aggirare Zillow, farti andare automaticamente su Compass perché credi che siano il migliore spazio possibile dove vendere e comprare. Poi diventeranno indispensabili e poi cercheranno di fare cose come On The Market ha fatto nel Regno Unito, “vieni da noi perché tutti i nostri annunci sono unici e li vedi prima di andare sul MLS o Zillow”.

Penso che il settore reagirà duramente, quello che stai facendo è privare il consumatore di una scelta. E questa è davvero una cosa molto pericolosa. Comunque, penso che Compass andrà bene. Sono sicuro che ci riusciranno, ma non credo che il Dominio del mondo sia possibile.

- Michele Schirru

Ma in qualche modo sei d'accordo sul fatto che, le società di intermediazione immobiliare tradizionali come Keller Williams, RE / MAX, se operano in modo molto tecnologico, possono fare meglio perché, a prezzo pieno, forniscono servizi agli agenti che sono incoraggiati a sfruttare il loro marchio personale come dici tu, può essere più redditizio e migliore in generale per tutte le parti. Possono fare e dare di più rispetto agli agenti immobiliari online?

- Russell Quirk

Guarda, gli agenti online nel Regno Unito e alcuni negli Stati Uniti sono definiti dalle loro tariffe economiche. Le commissioni economiche non funzionano in scala. Semplicemente non si ridimensionano dal punto di vista del consumatore. Come abbiamo detto prima. Il concetto in termini di centralizzazione e tecnologia è lo stesso, sia che si tratti di Purplebricks o di Keller Williams. Il loro approccio alla tecnologia a favore del consumatore, e in effetti a favore dell'agenzia, è lo stesso. La differenza è la tariffa richiesta al cliente.

Quindi, quando stai chiedendo una commissione di quattromila sterline al completamento dell'affare ed è una percentuale, hai un incentivo a vendere ed ottenere il miglior prezzo, cosa che supera enormemente una commissione fissa pagata in anticipo dove non c'è incentivo per l'agente a dare il massimo per vendere una proprietà.

Per esempio, ancora oggi, a volte trascorro sabato e domenica per una valutazione qua e là, solo per mantenere la mano. Ho venduto una proprietà ieri pomeriggio per esempio e guadagno duemila sterline come individuo, a differenza della vendita di un immobile a soli trecentocinque sterline. Quindi la motivazione che l'agente ha come individuo quando guadagna, lui o lei, è diversa. Magari sta guadagnando un migliaio e mezzo di sterline,

fornendo attenzione e cortesia. I livelli professionali aumentano e vale la pena spendere per quel consumatore. Questa è la differenza quando sei un ragazzo che lavora con Purplebricks e che guadagna 150 sterline ad annuncio. Ti interessa il cliente solo in fase di acquisizione.

Questa è la realtà. E ho intervistato esperti immobiliari locali di Purplebricks che hanno sostanzialmente affermato che una volta pagati, entro tre o quattro giorni dalla pubblicazione della proprietà, non gliene importa più di quel cliente. Non si preoccupano più perché non sono incentivati e la remunerazione è disallineata con i desideri e le esigenze del consumatore.

Quello che trovi con Compass, Keller Williams, chiunque sia l'agente, il business ed il consumatore sono tutti allineati in termini di arrivare alla vendita e tutti sono incentivati a garantire che il risultato sia il migliore possibile. Penso che ci sia in termini economici una grande differenza tra ciò che immagino che chiameresti un business ibrido o hub rispetto ad un agente online.

- Michele Schirru

Quindi la soluzione può sembrare aumentare il prezzo e fare qualunque cosa stia facendo il resto del mondo. Ma allora come ti giustifichi?

- Russell Quirk

Beh sì, ma poi l'azzardo è che perdono il cinque percento delle persone che sono attratte da commissioni basse e fisse, cercando di aggredire quote di quel 95 percento. Il problema è quindi che devono fare tutto il possibile dal punto di vista del marketing per agganciare questi clienti. Ma poi ovviamente competi direttamente con tutti gli altri.

Quindi in un certo senso perdi uno svantaggio e ne guadagni un altro. Altro grosso problema per Purplebricks, se dovessero cambiare e diventare una company che guadagna con una provvigione basata sul successo della vendita. Se pubblicano una casa oggi e la vendono a febbraio, la procedura di vendita non verrà completata fino a maggio, il che significa che non riceveranno denaro per nessuna delle proprietà che pubblicizzano o vendono.

Diciamo per un periodo di sei mesi che è piuttosto nella media. Come lo sostengono? Come possono sostenerlo in termini di flusso di cassa e sostenere l'onere di tutte le loro spese generali senza entrate in arrivo nei sei mesi? Questo è il motivo per cui il pivot, per qualcuno come Purplebricks, Housesimple e Yopa, penso sia difficile, impossibile, perché dovrebbero continuare a dire agli investitori: dammi 10 milioni di sterline. È una scommessa.

E poi non sono preparati per questo. Non hanno la cultura di essere pagati a vendita conclusa. Dovrebbero cambiare anche la loro intera cultura. Avrei potuto farlo con Emoov perché

vengo da quel background, ma sai, gli altri... Voglio dire, YOPA non hanno nemmeno un CEO, ma il ragazzo che lo gestiva non proviene dall'immobiliare. Sam Mitchell di Housesimple viene dagli affitti ed il ragazzo che guida Purplebricks proviene da Moneysupermarket. Cosa diavolo fanno sull'agenzia immobiliare tradizionale e del meccanismo ad collegato? Quindi, come vedi, è un grosso problema per loro.

- Michele Schirru

Ho letto da qualche parte che Keller Williams, fondamentalmente negli Stati Uniti, sta provando tanto quanto Zillow a diventare un ibuyer e quindi spostare un po' il loro modello di business. Pensi che l'iBuyer sia il futuro del settore immobiliare o è solo un'altra trovata di marketing per generare leads e forse venderli agli agenti. Cosa ne pensi?

- Russell Quirk

Sì. Forse un po' di quest'ultima ipotesi. Voglio dire, sicuramente offrire una proposta d'acquisto istantanea creerà molto vantaggio e molte opportunità. Certo, ma c'è sicuramente un elemento di lead generation. Abbiamo un business nel Regno Unito, Nested. Sono stati molto, molto silenziosi, nell'ultimo anno o giù di lì. Potrebbe essere solo perché non hanno un'agenzia PR molto buona si occupa di loro...

- Michele Schirru

Ti stai proponendo per il lavoro?

- Russell Quirk

Sì. Al 100 per cento. Sì, naturalmente. Non sentiamo molto da parte loro. Hanno raccolto un bel po' di soldi ma non so davvero cosa stiano facendo ed a prescindere da qualunque cosa stiano facendo di certo non hanno una quota di mercato enorme, sicuramente molto di nicchia. Il problema ovviamente è che l'etichetta che hai è che venderai sempre per un valore inferiore al mercato. Per il venditore nel Regno Unito è kryptonite.

Voglio dire, è davvero negativo per i venditori qui, entrare in una transazione in cui consapevolmente vanno a svendere la loro casa. È contro la cultura di noi orgogliosi proprietari di case. Penso che Opendoor abbia molto successo, ovviamente. Zillow in realtà ha meno successo e sta provando la sua proposta di offerte istantanee.

Non penso che abbiano avuto molto successo in termini di ciò che hanno venduto e certamente il profitto che hanno ottenuto. Lo stesso con Knock, che è l'altra attività, di nicchia. Sarà sempre di nicchia. Le persone cercheranno sempre di ottenere il massimo denaro possibile. E se dici a un venditore che cosa è più importante per te, il miglior prezzo o la velocità? Scegline uno, sceglieranno sempre il miglior prezzo.

- Michele Schirru

Penso che sia qualcosa di molto forte nell'Europa meridionale, ad esempio dove il mercato è molto più frammentato ed in sofferenza, ovviamente sai che il processo di vendita è molto più lungo e complicato del Regno Unito, dove i prezzi sono scesi molto più del Regno Unito. Per esempio in Italia abbiamo Casavo, in due anni all'incirca hanno raccolto una centinaia di milioni di euro che per l'Italia sono molti soldi.

Non è come a Londra o gli Stati Uniti, stanno andando molto bene. Penso che per l'Europa meridionale Spagna Portogallo Italia Grecia ci sarà un sacco di spazio per questo tipo di modello anche se ovviamente richiede alta intensità di capitale e questi mercati non sono realmente amichevoli per il capitale di rischio in un certo senso.

- Russell Quirk

Suppongo che non sia tutto equity, Nested ha raccolto 120 milioni, ma 100 milioni erano debiti anziché equity.

- Michele Schirru

Sì, probabilmente è 50 50 o qualcosa del genere, ovviamente, non è tutto equity. Voglio dire, non sono Opendoor dove probabilmente è più di un miliardo di dollari in equity o qualcosa del genere.

Russell, stiamo per arrivare alla fine. Il mio ultimo pensiero riguarda il tuo premio. Un recente riconoscimento: voce più influente nel Regno Unito per il Proptech. Come ti senti al riguardo?

- Russell Quirk

Lo adoro. È stato ridicolo. Sono lusingato. Ero nella lista anche l'anno prima. Nel complesso, penso di essere la sedicesima persona più influente nel Regno Unito. Sono stato sfortunato, ero appena sotto il principe Andrew. Ma sì, sono stato davvero sorpreso di essere stato percepito come una persona così influente. Ma sono lusingato e lo prenderò ovviamente. Lo prendo con un pizzico di sale.

- Michele Schirru

Fantastico, ti ringrazio davvero molto, Russell, è stato molto divertente, hai sempre molte cose da dire e dispieghi opinioni molto interessanti sul Proptech in generale.

- Russell Quirk

Bene, sono un sostenitore della tecnologia di sicuro. Penso che il Proptech sia però in pericolo di spingersi troppo in là ed andare troppo lontano. Penso che ci siano molte soluzioni là fuori che cercano di risolvere i problemi. Non vedo il Proptech solo come un trend o un fenomeno,

ma vedo soluzioni tecnologiche prop da applicare nel settore a tutti i livelli ed all'interno delle aziende come un tassello fondamentale.

E il problema ovviamente è che il PropTech si avvicina ad un settore pieno di inerzia. Voglio dire, il settore "tradizionale" è davvero titubante quando si tratta di investire in tecnologia. Stavo facendo un lavoro di consulenza per un'azienda che faceva parte del portafoglio della famiglia Mittal all'inizio di quest'anno. E in realtà quando vai a parlare con player del calibro di Savills, J.L.L, Strutt and Parker e così via, sanno tutti che devono fare qualcosa, ma non sanno davvero cosa. E non vogliono essere i primi. Per esempio CBRE, ha fatto alcune cose abbastanza notevoli nella tecnologia negli ultimi due anni ed ha impiegato molto tempo a capire cosa avrebbero dovuto fare. Ma penso in tutta onestà che la cautela è forse in qualche modo dovuta, perché penso che ci siano molte cazzate là fuori.

- **Michele Schirru**

Sì assolutamente. Grazie Russell.

- **Russell Quirk**

Il piacere è tutto mio.

- **Michele Schirru**

Adesso smetterò di registrare. Bye

ABOUT Michele Schirru

Classe 1985, profilo [Linkedin](#).

Scorpione, marito e papà di Leonardo, nell'immobiliare dal 2007, super appassionato di tecnologia, web & graphic design, multimedia, con specializzazione alla Business Academy Aarhus, in Danimarca, attraverso il corso di Multimedia, Design & Communication.

Già autore del libro bestseller su Amazon, [Puntare Sugli Immobili A Reddito](#), ha operato sia nel mercato italiano che inglese occupandosi di compravendita, locazione, property management.

Quando non è intento a macinare numeri per il business, lo troviamo a macinare km sul campo da tennis.