



FONDAZIONE
ORDINE
DEGLI
ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI E
CONSERVATORI
DELLA
PROVINCIA DI
CATANIA

Recall stampa
a cura di



SEMINARI TECNICI /
SAPERI PER LA PROFESSIONE

MAR
8 MAR

2014
ORE 9,20 / 12,30
SALA ORDINE DEGLI
ARCHITETTI
LARGO PAISIELLO 5
CATANIA

IL MARKETING PER GLI ARCHITETTI COME PRO- MUOVERE IL PROPRIO STU- DIO PROFES- SIONALE E ATTRARRE PIÙ CLIENTI

9,20/ Registrazione partecipanti

9,30 / Saluti

Dott. Arch. **PAOLA PENNISI** /
Presidente Fondazione Ordine
Architetti della Provincia di Catania

Relatore

Dott. Arch. **LEO VITALE** /
*libero professionista e consulente
marketing. Con oltre 25 anni di
esperienza come architetto nel settore
della progettazione negli ultimi
anni si occupa anche di marketing
e comunicazione applicato alla
promozione di servizi professionali.*

La metodologia di acquisizione di nuovi clienti basata soltanto sul classico "passaparola" è oggi un concetto obsoleto sia per i giovani architetti che si affacciano nel mercato sia per gli architetti con maggiore esperienza.

Per creare e gestire uno studio professionale oltre alle competenze specifiche del progettare bisogna avere anche competenze da imprenditore, da esperto di marketing e vendita di servizi, capacità di comunicazione e doti di Public Relation.

È fondamentale per l'architetto acquisire delle nuove competenze, quali il marketing e la comunicazione, materie da sempre escluse dalla formazione universitaria.

Per avere successo nell'acquisizione di nuovi clienti è necessario pianificare

una strategia di promozione dello studio professionale. Una strategia indirizzata all'analisi delle necessità del mercato di servizi di architettura, a sviluppare la propria notorietà, a farsi apprezzare per la propria competenza e soprattutto una strategia focalizzata alla creazione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti.

Obiettivo del seminario è quello di introdurre i concetti fondamentali e presentare gli strumenti pratici del marketing applicato alla promozione di servizi professionali. I contenuti del seminario saranno i seguenti /

- Il marketing dei servizi professionali
- Come il cliente sceglie l'architetto
- La strategia di marketing di uno studio professionale
- Come valutare le proprie potenzialità e il mercato
- Cosa è un Piano di Marketing
- Come costruire la propria reputazione da "specialista"
- Come creare la strategia di comunicazione
- Come applicare la strategia e gli strumenti di promozione

Le strategie descritte nel seminario sono indirizzate prevalentemente agli studi di architettura che hanno come obiettivo l'acquisizione di clientela di tipo privato.



Seminario organizzato dalla Fondazione dell'Ordine di Catania

**ARCHITETTI E CRISI DELLA COMMITTENZA:
«PROPORSI E COMUNICARE LA PROFESSIONE AL SERVIZIO DELLA SOCIETÀ»**

CATANIA – Fino a pochi decenni fa bastava il passaparola o l'accreditamento presso gli enti pubblici per far sì che il professionista dell'architettura venisse chiamato a realizzare nuovi progetti, e dunque a inserirsi con successo nel mondo del lavoro. La crisi economica ha interrotto questo flusso vitale di occupazione causando un *impasse*: i giovani primi fra tutti, ma anche i più esperti, attualmente hanno serie difficoltà nel reperire committenti e opere da realizzare.

La **Fondazione dell'Ordine degli Architetti della provincia di Catania** – presieduta da **Paola Pennisi** – al fine di supportare i professionisti in un percorso di promozione di sé stessi, ha organizzato per i propri iscritti un seminario tecnico sul marketing degli studi professionali, svoltosi questa mattina (8 marzo) nella sede dell'Ordine.

«La professione dell'architetto – ha affermato la presidente Pennisi – è considerata a livello legislativo come un'attività d'impresa, ma nello stesso tempo gli viene riconosciuto l'interesse pubblico, perché è un mestiere a servizio della società. Se in passato era il committente a cercare il professionista, adesso la situazione è ribaltata. È il momento di proporsi, esercitando l'attività secondo i principi di libera e leale concorrenza, di differenziazione e pluralità dell'offerta, così da assicurare agli utenti una effettiva possibilità di scelta nell'ambito di un'ampia informazione relativa ai servizi offerti».

Relatore dell'incontro è stato **Leo Vitale**, architetto di lunga esperienza che negli ultimi anni si è dedicato allo studio del marketing e della comunicazione per i servizi professionali, rivolgendosi soprattutto ai giovani che si affacciano nel mondo del lavoro e cercano committenza privata. «Per creare e gestire uno studio professionale – ha sottolineato Vitale – oltre alle competenze specifiche del progettare bisogna avere anche competenze da imprenditore, da esperto di marketing e vendita di servizi, capacità di comunicazione e doti di Public Relation. È fondamentale per l'architetto acquisire queste nuove competenze, materie da sempre escluse dalla formazione universitaria. Per avere successo nell'acquisizione di nuovi clienti – ha continuato – è necessario pianificare una strategia indirizzata all'analisi delle necessità del mercato di servizi di architettura, allo sviluppo della proprio notorietà e competenza. Soprattutto è importante focalizzarsi sulla creazione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti. In conclusione, l'architetto fino ad oggi ha sempre progettato l'immagine e l'ambiente per gli altri, adesso è necessario che prima progetti se stesso per specializzarsi nel campo».

8 marzo 2014



NUMERO IN EDICOLA

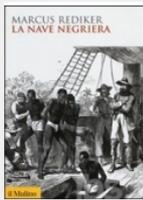
Edizione N. 9

15 dicembre 2014



LIBRO IN VETRINA

La nave negriera



[Leggi tutto](#)

Articoli de il CdS
antecedenti il 2011

CHI È ONLINE

510 visitatori online

Architetti e crisi della committenza: «proporsi e comunicare la professione al servizio della società»

Catania

LUNEDÌ 10 MARZO 2014 10:46

SCRITTO DA REDAZIONE



Fino a pochi decenni fa bastava il passaparola o l'accreditamento presso gli enti pubblici per far sì che il professionista dell'architettura venisse chiamato a realizzare nuovi progetti, e dunque a inserirsi con successo nel mondo del lavoro. La crisi economica ha interrotto questo flusso vitale di occupazione causando un *impasse*: i giovani primi fra tutti, ma anche i più esperti, attualmente hanno serie difficoltà nel reperire committenti e opere da realizzare.

La **Fondazione dell'Ordine degli Architetti della provincia di Catania** – presieduta da **Paola Pennisi** – al fine di supportare i professionisti in un percorso di promozione di sé stessi, ha organizzato per i propri iscritti un seminario tecnico sul marketing degli studi professionali, svoltosi questa mattina (8 marzo) nella sede dell'Ordine.

«La professione dell'architetto – ha affermato la presidente Pennisi – è considerata a livello legislativo come un'attività d'impresa, ma nello stesso tempo gli viene riconosciuto l'interesse pubblico, perché è un mestiere a servizio della società. Se in passato era il committente a cercare il professionista, adesso la situazione è ribaltata. È il momento di proporsi, esercitando l'attività secondo i principi di libera e leale concorrenza, di differenziazione e pluralità dell'offerta, così da assicurare agli utenti una effettiva possibilità di scelta nell'ambito di un'ampia informazione relativa ai servizi offerti».

Relatore dell'incontro è stato **Leo Vitale**, architetto di lunga esperienza che negli ultimi anni si è dedicato allo studio del marketing e della comunicazione per i servizi professionali, rivolgendosi soprattutto ai giovani che si affacciano nel mondo del lavoro e cercano committenza privata. «Per creare e gestire uno studio professionale – ha sottolineato Vitale – oltre alle competenze specifiche del progettare bisogna avere anche competenze da imprenditore, da esperto di marketing e vendita di servizi, capacità di comunicazione e doti di Public Relation. È fondamentale per l'architetto acquisire queste nuove competenze, materie da sempre escluse dalla formazione universitaria. Per avere successo nell'acquisizione di nuovi clienti – ha continuato – è necessario pianificare una strategia indirizzata all'analisi delle necessità del mercato di servizi di architettura, allo sviluppo della propria notorietà e competenza. Soprattutto è importante focalizzarsi sulla creazione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti. In conclusione, l'architetto fino ad oggi ha sempre progettato l'immagine e l'ambiente per gli altri, adesso è necessario che prima progetti se stesso per specializzarsi nel campo».





L'architetto: un professionista che per lavorare si deve reinventare PR



Scritto da Redazione Sequonews.it il 10 marzo 2014 alle 09:36

Un percorso di studi, un accreditamento e il passaparola: questi erano i passi che doveva percorrere un giovane che sceglieva di svolgere la professione dell'architetto. Passaggi che, però, sembrano ormai ancorati al passato come spiega Paola Pennisi, presidentessa della Fondazione dell'Ordine degli Architetti della provincia di Catania che spiega come "la crisi economica ha interrotto questo flusso vitale di occupazione causando un impasse: i giovani primi fra tutti, ma anche i più esperti, attualmente hanno serie difficoltà nel reperire committenti e opere da realizzare".

Nella società contemporanea per lavorare bisogna essere capaci di promuovere sé stessi acquisendo nuove competenze che vanno oltre quelle canoniche della professione. "La professione dell'architetto – continua la presidente Pennisi – è considerata a livello legislativo come un'attività d'impresa, ma nello stesso tempo gli viene riconosciuto l'interesse pubblico, perché è un mestiere a servizio della società. Se in passato era il committente



Architetti Paola Pennisi e
Leo Vitale

a cercare il professionista, adesso la situazione è ribaltata. È il momento di proporsi, esercitando l'attività secondo i principi di libera e leale concorrenza, di differenziazione e pluralità dell'offerta, così da assicurare agli utenti una effettiva possibilità di scelta nell'ambito di un'ampia informazione relativa ai servizi offerti".

"Per creare e gestire uno studio professionale – ha sottolineato Leo Vitale, architetto di lunga esperienza che negli ultimi anni si è dedicato allo studio del marketing e della comunicazione per i servizi professionali – oltre alle competenze specifiche del progettare bisogna avere anche competenze da imprenditore, da esperto di marketing e vendita di servizi, capacità di comunicazione e doti di Public Relation. È fondamentale per l'architetto acquisire queste nuove competenze, materie da sempre escluse dalla formazione universitaria. Per avere successo nell'acquisizione di nuovi clienti – ha continuato – è necessario pianificare una strategia indirizzata all'analisi delle necessità del mercato di servizi di architettura, allo sviluppo della propria notorietà e competenza. Soprattutto è importante focalizzarsi sulla creazione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti. In conclusione, l'architetto fino ad oggi ha sempre progettato l'immagine e l'ambiente per gli altri, adesso è necessario che prima progetti se stesso per specializzarsi nel campo".



OGGIMEDIA.IT

NEWS, CURIOSITÀ E TENDENZE SUL WEB

HOME

CRONACA

ARTE, CULTURA E

TURISMO

SCIENZA, SALUTE E BENESSERE

AMBIEN

SEI SU: HOME

ordine architetti

Catania, seminario Ordine Architetti



Seminario organizzato dalla Fondazione dell'Ordine di Catania. ARCHITETTI E CRISI DELLA COMMITTENZA «PROPORSI E COMUNICARE LA PROFESSIONE AL SERVIZIO DELLA SOCIETÀ»

Fino a pochi decenni fa bastava il passaparola o l'accreditamento presso gli enti pubblici per far sì che il professionista dell'architettura venisse chiamato a realizzare nuovi progetti, e dunque a inserirsi con successo nel mondo del lavoro. La crisi economica ha interrotto questo flusso vitale di occupazione causando un *impasse*: i giovani primi fra tutti, ma anche i più esperti, attualmente hanno serie difficoltà nel reperire committenti e opere da realizzare.

La Fondazione dell'Ordine degli Architetti della provincia di Catania – presieduta da Paola Pennisi – al fine di supportare i professionisti in un percorso di promozione di sé stessi, ha organizzato per i propri iscritti un seminario tecnico sul marketing degli studi professionali, svoltosi questa mattina (8 marzo) nella sede dell'Ordine.

«La professione dell'architetto – ha affermato la presidente Pennisi – è considerata a livello legislativo come un'attività d'impresa, ma nello stesso tempo gli viene riconosciuto l'interesse pubblico, perché è un mestiere a servizio della società. Se in passato era il committente a cercare il professionista, adesso la situazione è ribaltata. È il momento di proporsi, esercitando l'attività secondo i principi di libera e leale concorrenza, di differenziazione e pluralità dell'offerta, così da assicurare agli utenti una effettiva possibilità di scelta nell'ambito di un'ampia informazione relativa ai servizi offerti».

Relatore dell'incontro è stato **Leo Vitale**, architetto di lunga esperienza che negli ultimi anni si è dedicato allo studio del marketing e della comunicazione per i servizi professionali, rivolgendosi soprattutto ai giovani che si affacciano nel mondo del lavoro e cercano committenza privata. «Per creare e gestire uno studio professionale – ha sottolineato Vitale – oltre alle competenze specifiche del progettare bisogna avere anche competenze da imprenditore, da esperto di marketing e vendita di servizi, capacità di comunicazione e doti di Public Relation. È fondamentale per l'architetto acquisire queste nuove competenze, materie da sempre escluse dalla formazione universitaria. Per avere successo nell'acquisizione di nuovi clienti – ha continuato – è necessario pianificare una strategia indirizzata all'analisi delle necessità del mercato di servizi di architettura, allo sviluppo della propria notorietà e competenza. Soprattutto è importante focalizzarsi sulla creazione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti. In conclusione, l'architetto fino ad oggi ha sempre progettato l'immagine e l'ambiente per gli altri, adesso è necessario che prima progetti se stesso per specializzarsi nel campo».

Fonte foto: comunicato stampa

Comunicato

I Press





LIBERO 24x7

Prima pagina **Sicilia** Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Toscana

Cronaca Economia Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia

Architetti e crisi della committenza: "proporsi e comunicare la professione al servizio della società"

Il Corriere del Sud |  1 | 10-3-2014

Fino a pochi decenni fa bastava il passaparola o l'accreditamento presso gli enti pubblici per far sì che il professionista dell'architettura venisse chiamato a realizzare nuovi progetti, e dunque a ...

[Leggi la notizia](#)

Personae: [paola pennisi](#) [leo vitale](#)

Organizzazioni: [fondazione](#)

Luoghi: [provincia di catania](#)

Tags: [servizi architetto](#)





Sala stampa e Comunicazione

i-pressnews.it