



The Red House Company



Company Profile



The Red House Company

La storia

The Red House Company nasce a Venezia nel 2009, mettendo a frutto l'esperienza manageriale di Caroline Guccierato e Marco Malafante.

“Casa Rossa” è il nome del primo immobile gestito ad affitto turistico; dopo anni segnati da una crescita costante l'azienda gestisce oggi più di 50 immobili di pregio.

Obiettivo dell'azienda è di ottenere la massima valorizzazione degli investimenti immobiliari a Venezia, offrendo nuovi standard di servizio ai visitatori.

Per raggiungere questo obiettivo The Red House Company ha scommesso sullo sviluppo sinergico tra tecnologia e cultura aziendale del lavoro, mantenendo negli anni un costante investimento in ricerca affiancato da un aggiornamento di formazione continuo del proprio personale.

Caroline Guccierato viene dal mondo del grande associazionismo.

A 28 anni diventa la più giovane dirigente donna di Confindustria nella storia della confederazione. Successivamente consegue un Master alla Bocconi in Business Administration.

Marco Malafante invece è cresciuto nella gestione del reparto vendite di aziende internazionali, arrivando a ricoprire il ruolo di Country Manager ed Executive Board Member per la Bell Microproducts.

Nel 2014, arrivati a gestire decine di case diverse Marco decide di partecipare a fiere internazionali

di questo settore giovane ed in costante sviluppo tecnologico.

Grazie a questa intuizione, The Red House Company entra in contatto con una comunità di più di 6000 aziende americane ed europee che operano in questo mercato, trovando un luogo di confronto internazionale che ha portato l'azienda a investire su prodotti tecnologicamente avanzati: dal 2014 The Red House Company è l'azienda di affitto turistico più tecnologicamente avanzata in Italia.

In questi anni è cresciuta l'azienda ed anche il numero di clienti fidelizzati, entusiasti di come siano aumentate l'offerta e la qualità del servizio. Diversa e variegata la tipologia degli ospiti: dalle giovani coppie di viaggiatori, attratti dalla garanzia di un rapporto qualità/prezzo insolito per Venezia, ai manager che coniugano le esigenze lavorative al godimento di un contesto unico, fino ai visiting professor delle Università e delle Fondazioni ed agli esperti curatori di Mostre e padiglioni della Biennale.

Red House Company sta diventando un punto di riferimento nell'ambito dell'industria culturale veneziana: gallerie d'arte, istituzioni, musei... È sempre maggiore il numero di coloro che si rivolgono a Caroline e Marco per garantire accoglienza ed ospitalità adeguate ad artisti in visita ed operatori del mondo dell'arte.

Per gli stessi motivi Red House Company ha anche molti clienti-business fidelizzati: le aziende sono infatti abituate a lavorare con un interlocu-

Scambio, bellezza e cultura dell'ospitalità:
la grandezza di Venezia si è sempre fondata
su questi valori che abbiamo fatto nostri.

Caroline Guccierato



I NOSTRI VALORI

curiosità, entusiasmo,
coraggio, fiducia, integrità

tore esperto nel linguaggio “Business to Business” internazionale; un profilo aziendale tanto raro quanto apprezzato nel panorama dell’industria del turismo veneziano.

Il 2017 è stato l’ennesimo anno di crescita. Per il 2018 l’obiettivo di The Red House Company segue coerentemente la visione aziendale: da un lato aumentare ulteriormente il numero di prenotazioni, dall’altro incrementare il più possibile il guadagno dei clienti che le hanno affidato la gestione delle loro case.

Al centro della strategia per l’anno a venire c’è lo sviluppo di un progetto di comunicazione efficace per ridurre la quantità di date invendute, ottimizzando la proposta delle offerte last minute grazie ad un software all’avanguardia per la variazione dinamica dei prezzi in relazione alla domanda di mercato.

Negli ultimi quattro anni The Red House Company ha sponsorizzato eventi culturali di respiro internazionale organizzati dal Centro Studi Veneziani del Governo Tedesco.

Red House Company
sta diventando un punto di riferimento
nell’ambito dell’industria culturale veneziana:
gallerie d’arte, istituzioni, musei.
È sempre maggiore il numero di coloro
che si rivolgono a Caroline e Marco
per garantire accoglienza
ed ospitalità adeguate ad artisti in visita
ed operatori del mondo dell’arte.



Enjoy your dream

Un'esperienza che inizia prima di arrivare

La qualità per gli ospiti - Il Lusso Accessibile

Negli ultimi dieci anni il Web ha rivoluzionato il modo di viaggiare. In 8 anni di attività The Red House Company ha raccolto più di 5000 recensioni di alto gradimento da parte dei suoi ospiti. Oltre il 25% dei suoi ospiti è rappresentato da clienti di ritorno: un livello di fedeltà fortemente sopra la media, specie per un turismo di città d'arte come quello che interessa Venezia. Questo grazie a ciò che Marco Malafante ama definire Affordable Luxury - il lusso accessibile.

Il 'lusso accessibile' è la garanzia di un'esperienza turistica impeccabile, fin dalla prenotazione: il viaggiatore è in grado di visitare gli appartamenti ed apprezzarne la qualità esplorandoli dal computer di casa, mediante un Virtual Tour immersivo a 360° di ultimissima generazione. Il piacere di affidarsi a The Red House Company è quindi rilanciato da offerte Tutto Incluso, in controtendenza rispetto alla pratica, purtroppo sempre più diffusa, di ricarica dei "servizi aggiuntivi": senza ulteriori sorprese il cliente potrà così godersi appieno la vacanza.

Arrivato a Venezia l'ospite trova una casa immacolata, perfetta in ogni (suo) dettaglio, e il team di The Red House Company pronto a consigliarlo ed aiutarlo. Un Kit di benvenuto, che comprende anche la disponibilità di un Tablet con il quale acquistare facilmente biglietti e programmare itinerari ed attività, completa l'accoglienza riservatagli.

Il piacere dell'esperienza straordinaria di vivere

in una casa a Venezia, unita alla professionalità e alla sicurezza garantite da un servizio affidabile: questo per Caroline e Marco è vero lusso.

La qualità per i proprietari - La Cultura Aziendale

The Red House Company è un'azienda strutturata per curare ogni aspetto della gestione degli appartamenti tramite personale interno, senza delegare l'attenzione al più piccolo dettaglio a società esterne.

L'obiettivo è stabilire nuovi standard nel mercato delle affittanze turistiche, aumentando così il valore del ritorno economico degli appartamenti.

Questi i punti strategici:

- organizzazione aziendale del lavoro
- formazione attenta del personale
- costante aggiornamento tecnologico

L'organizzazione aziendale del lavoro prevede che ogni soggetto dell'organigramma aziendale - dagli amministratori agli addetti alle pulizie - sia parte di un processo produttivo orientato al conseguimento del massimo profitto, attraverso l'ottimizzazione delle risorse disponibili: fattore imprescindibile per il raggiungimento di obiettivi di crescita.

In questo modo, infatti, la qualità dell'esperienza degli ospiti è assicurata, mentre l'appartamento è sempre in ordine e funzionante, grazie ad una costante manutenzione e ai controlli di qualità.

Non affittiamo semplicemente case,
vendiamo sogni e investendo in ricerca
e tecnologia siamo capaci di avverare
i desideri dei nostri ospiti.

Marco Malafante



Il costante aggiornamento tecnologico è inoltre l'aspetto cruciale per un mercato che ha visto negli ultimi anni una crescita esponenziale proprio grazie alla rivoluzione del turismo e del modo di viaggiare apportata da Internet e dal Web 2.0.

Red House è stata la prima azienda in Italia a dotarsi di un sistema di Revenue Management in grado di gestire dinamicamente il prezzo degli appartamenti rispetto alla domanda di mercato. Grazie a questo Dynamic Pricing System, The Red House Company è in grado di adattare in tempo reale il prezzo degli appartamenti alla richiesta di mercato.

A fronte di un turismo che ha perso la rigida stagionalità di un tempo, un sistema dinamico di aggiustamento del prezzo consente di aumentare il numero di prenotazioni ed essere presenti nel mercato, in continua crescita, del "Last Minute". Questa strategia commerciale, accessibile solo alle grandi compagnie aeree ed alberghiere, oggi è a disposizione anche del settore delle affittanze turistiche, e questo implica naturalmente un incremento del profitto annuo degli appartamenti locati.

Ma l'esperienza inizia molto prima che l'ospite arrivi in città: al momento della prenotazione. Per questo l'azienda investe costantemente in tecnologie di marketing.

The Red House Company è infatti la prima azienda in Italia a utilizzare un sistema di realtà virtuale di ultima generazione, capace di dare al visitatore un'esplorazione dell'appartamento proposto paragonabile alla visita fisica: grazie a un mix tecnologico che unisce misurazioni laser alla fotografia a 360°. Già in fase di prenotazione, il cliente è in grado di navigare letteralmente in

ogni angolo dell'appartamento. L'effetto ottenuto è talmente coinvolgente e rassicurante che anche una rivista di business e tecnologia come Forbes ne ha parlato con toni entusiasti.

Tutto questo è possibile solo grazie ad un investimento considerevole e costante in ricerca e sviluppo: un impegno economico non affrontabile da un singolo proprietario ma alla portata di una realtà come The Red House Company che a Venezia gestisce più di 50 appartamenti.

Quando professionalità e tecnologia incontrano un prodotto straordinario - l'esperienza di poter vivere per qualche giorno da vero veneziano - tutte le parti coinvolte ne beneficiano economicamente: il viaggiatore, che riceve numerosi e preziosi servizi ad un prezzo contenuto; il proprietario, che vede crescere ogni anno i profitti ricavati dal suo appartamento; Venezia, che trova negli ospiti di The Red House Company una risorsa economica e culturale sostenibile.



MISSIONE

The Red House Company crede nel turismo di qualità per la valorizzazione delle attività locali che sono una ricchezza culturale.

Ci impegniamo ogni giorno ad offrire un servizio eccellente e dedicato.

Il nostro sviluppo è frutto di un lavoro di gruppo in cui ogni persona collabora a rendere unica e speciale l'accoglienza degli ospiti e la valorizzazione degli immobili.



Qualità a Venezia

— Il turismo che fa bene alla città —

A differenza della maggior parte del turismo cittadino, gli ospiti di The Red House Company sono una vera e propria risorsa per il tessuto economico e sociale della città. Bisogna infatti distinguere le diverse tipologie di turisti a Venezia:

— i **“Day Tripper”**: arrivano in pullman o con barconi di linea, acquistano poco o nulla, lasciando alla città soprattutto dei costi di gestione, come lo smaltimento dell'immondizia.

Tempo di soggiorno: 0 notti.

— i **“Cruise Tripper”**: dormono nelle grandi navi da crociera, sbarcano con obiettivi mirati, tornano per lo più alla nave per mangiare.

Tempo di soggiorno: 1-2 notti.

— **gli ospiti di hotel, B&B e locande**: dormono in città ed effettuano spese ed acquisti che ricadono positivamente sull'economia locale.

Tempo di soggiorno: 1-3 notti.

— **gli ospiti degli appartamenti The Red House**

Company sono veri e propri residenti equivalenti: incoraggiati dai nostri consigli e già interessati ad un'esperienza di “vera vita veneziana”, i nostri ospiti comprano in negozi di vicinato, fanno la spesa al mercato del pesce, in sintesi: acquistano ‘locale’. Possono rappresentare l'alternativa, per molte attività che ancora resistono sul territorio, tra rimanere aperti e chiudere.

Tempo di soggiorno: 6 notti.

Qual è quindi il guadagno per Venezia? Innanzitutto il sostegno e la valorizzazione di uno stile di vita unico al mondo.

Più concretamente poi, il considerevole ritorno economico per le attività produttive cittadine. Stimando – come minimo – in € 150 il budget giornaliero medio di spesa di ogni ospite di The Red House Company si può calcolare che, ogni anno, la città riceve indirettamente più di € 4.500.000, ripartiti tra negozi, ristoranti, musei etc.

A questi si devono aggiungere i 40.000 € che ogni anno The Red House Company versa in imposte di soggiorno alle casse del Comune di Venezia.

I nostri ospiti sono veri e propri residenti equivalenti: incoraggiati dai nostri consigli e già interessati ad un'esperienza di “vera vita veneziana”, comprano in negozi di vicinato, fanno la spesa al mercato del pesce, in sintesi: acquistano ‘locale’.

Caroline Guccierato

The Red House Company srl

Sede Legale:
via Manin 43
30174 Venezia

Sede Operativa:
San Polo 1348
30125 Venezia

t. +39 041 30 91 289
info@veniceredhouse.com
www.veniceredhouse.com

