



L'Italia che funziona



una
lettrice ci
scrive

UNA RISORSA ANCHE PER STUDENTI

Quando facevo l'università, per guadagnare qualche soldo ho cominciato a vendere le enciclopedie porta a porta. Ero così brava che per un paio di anni mi sono mantenuta agli studi. Il segreto? Facevo lunghe chiacchierate con i potenziali clienti, non mi stancavo mai.

Carolina Bellucci (via e-mail)

Un lavoro di successo? La vendita porta a porta

Il settore sembrava destinato a sparire con l'arrivo dei centri commerciali e di Internet. Invece oggi è in crescita e impiega molte donne. Tre di loro ci raccontano come, puntando sulla competenza e sull'empatia, hanno raggiunto grandi traguardi. Professionali e umani

di Isabella Colombo

Uno scocciatore. Così era considerato, fino a qualche anno fa, lo sconosciuto che suonava al campanello per vendere pentole ed enciclopedie. Oggi non è più così. Tanto che il settore della vendita diretta è uno dei pochi che resiste alla crisi. Nel 2012 è cresciuto del 5%. «I motivi sono tre» spiega Luca Pozzoli, presidente di Uni-

vendita, una delle associazioni del settore (l'altra è Avedisco). «Come prima cosa, la forza vendita è aumentata dell'11%, perché molte persone lasciate a spasso dalla crisi hanno trovato qui un'alternativa interessante. Poi è vero che la gente oggi spende poco, ma quando lo fa, lo vuole fare bene e un elettrodomestico che dura 30

anni, alla lunga, permette di risparmiare. Infine, i potenziali clienti sono stanchi di rincorrere nelle corsie dei megastore commessi troppo impegnati che spesso non sanno spiegare le caratteristiche dei prodotti. Il venditore a domicilio, invece, oggi è soprattutto un consulente preparato». Se poi è anche donna, il successo è assi-

curato. Come in questi casi.

Ana e i cinque

Il primo impiego di Ana Demian, arrivata a Parma dalla Moldavia nel 2001, è stato quello di domestica. Nella casa dove lavorava c'era il mitico Folletto della Vorwerk, un aspirapolvere tanto storico e celebre quanto costoso. Se ne innamorò: quell'aggeggio le semplificava il lavoro. Chi meglio di lei, oggi, può convincere cinque donne al giorno a comprare un elet-



ECCO LE MOSSE CHIAVE PER RIUSCIRE

La vendita a domicilio è un'opportunità interessante per chi è rimasto senza lavoro a causa della crisi o ha bisogno di arrotondare. In più, è un impiego con orari flessibili perciò è conciliabile con tutto il resto. Ma vendere non è facile. Ecco qualche tecnica raccolta fra chi se ne intende.

- ✓ Usa i prodotti che devi promuovere e amali. È la migliore formazione per convincere gli scettici.
- ✓ Ascolta le chiacchiere tra le clienti. Lì può annidarsi il problema che il tuo prodotto può risolvere.
- ✓ Non diventare mai insistente. Piuttosto, trova nuove motivazioni o cambia tattica.



Qui sopra, una venditrice di prodotti Stanhome con una cliente. A sinistra, Maria Luisa Valleriani mentre presenta i prodotti Jafra. Nell'altra pagina, Ana Demian al lavoro per vendere l'aspirapolvere Folletto in una casa.

trodomestico che supera abbondantemente i mille euro? Visto il volume incredibile di vendite raggiunto (oltre 1.500 nel 2012), Ana è stata proclamata agente dell'anno da Vorwerk Folletto e festeggiata come una diva. I suoi trucchi? «La determinazione, modi garbati, un prodotto ottimo, la capacità di entrare in empatia con i clienti e il coraggio di non arrendersi davanti ai no» ci racconta Ana. Certo, il suo lavoro richiede pazienza, diplomazia, e ogni tanto bisogna inghiottire un rospo o sopportare una porta in faccia. «Una volta, una cliente simpaticissima me ne disse di tutti i colori contro gli stranieri: non si era accorta che fossi moldava. Il marito di un'altra cliente, rientrato sul più bello, mi chiese la carta d'identità, la fotografò senza il mio permesso e poi buttò in strada il documento e il campionario. Ma io non mi persi d'animo. E conclusi una vendita nella casa accanto». Per fortuna, a fronte delle poche delusioni ci sono tante soddisfazioni e

anche qualche momento commovente. «Come quella volta che feci una dimostrazione a casa di una famiglia con un bimbo di cinque anni. I genitori volevano comprare, ma erano dubbiosi per via del prezzo. Allora il bimbo andò in camera sua e tornò con in mano 20 euro dicendo: "Mamma, lo compro io"».

La "timida" Maria Luisa
 Maria Luisa Valleriani ha 61 anni e vende cosmetici Jafra, a Latina e dintorni, da quando ne aveva 30. «Allora ero molto timida e avevo un bambino piccolo sempre con me perché non potevo lasciarlo a nessuno. Alla prima riunione, ero così agitata che feci cadere un bicchiere d'acqua rompendo una mattonella. Ovvio che i miei responsabili non puntassero molto su di me. Ma poi diventò una sfida. Cominciai a imitare le più brave, la sera studio cosa dire alle clienti e mi allenavo con mio marito. E, dopo la prima vendita, non mi sono fermata più». Infatti, Maria Luisa ha vinto un Oscar alla car-

“ Le persone che mi fanno entrare in casa scelgono me prima del prodotto. E non posso certo deluderle

riera e almeno tre viaggi l'anno messi in palio dall'azienda per le venditrici più brave. Le sue tecniche? «Considerare il "no" una bella sfida da vincere, coccolare le clienti con regali e non farle mai sentire "sfruttate", fare della riunione una sorta di seduta dall'estetista, un momento speciale solo per donne. E presentarsi sempre come un biglietto da visita dell'azienda: curata e ben truccata. «Che bella pelle, non è che ha fatto il lifting?» mi hanno chiesto l'altro giorno mentre ero in fila al Comune. «No, uso i prodotti Jafra» ho risposto. E ho fissato due riunioni in un battito di ciglia».

Giovanna non vola più
 Giovanna Manca, 44 anni, fino a qualche anno fa era hostess di volo. Poi sono arrivati un figlio e il desiderio di trovare un altro lavoro da conciliare meglio con la famiglia. Così è passata a Stanhome, nota marca di detergenti, e ha già fatto tanta strada da diventare direttrice della filiale di Conegliano Veneto che copre i territori di Treviso e Pordenone. «Visto il

lavoro da sogno che facevo prima si potrebbe pensare che questo è stato un ripiego. Niente affatto» assicura. «In Alitalia ero un numero di matricola, qui sono un persona conosciuta e stimata. Non potrò dimenticare mai quando, al primo meeting aziendale, la responsabile mi venne incontro chiamandomi per nome e complimentandosi per i primi risultati». Il rapporto umano è la chiave vincente in ogni fase del processo, dalla formazione alla vendita. «Le persone che mi fanno entrare in casa scelgono me prima del prodotto. E non posso deluderle. Devo ascoltare molto per capire qual è il loro problema e aiutarle a gestirlo. Sono una consulente che deve rassicurare e trovare soluzioni. E non solo su pulizia e igiene! Dopo le 17, noi venditrici diventiamo psicologhe, perché tra donne si finisce sempre per parlare di tutto. Per molte è anche un modo per avere occasioni di confronto con le amiche, davanti a una torta e a un caffè. E se noi siamo simpatiche e preparate, in questa atmosfera, vendere diventa facile». ●

Ana Demian (a destra) con la sua famiglia quando è stata premiata da Vorwerk. Sotto, Giovanna Manca di Stanhome.

