

Trovare lavoro. Il «porta a porta» non conosce crisi e continua a creare occupazione, soprattutto tra le donne

La carica dei 14mila venditori

Più che la spigliatezza è la motivazione il requisito chiave per avere successo

A CURA DI
Francesca Milano

❖ Dimenticate l'e-commerce. Il vero boom delle vendite viene dal porta a porta, un settore in crescita costante che nell'ultimo trimestre del 2009 ha chiuso con un più 3 per cento, portando il giro d'affari a 688 milioni di euro.

È su questo fronte che si aprono nuovi posti di lavoro: 14mila nuovi venditori sono richiesti per il 2010 dalle aziende associate ad Avedisco, l'associazione vendite dirette e servizio consumatori che raggruppa imprese che commercializzano diversi prodotti, dagli aspirapolveri Vorwerk Folletto ai prodotti per il controllo del peso Herbalife fino ai cosmetici Avon.

«La ricetta vincente è basata su due ingredienti: prodotti di qualità e forza lavoro motivata» spiega Luca Pozzoli, presidente Avedisco.

La motivazione è fondamentale, anche perché i venditori porta a porta sono di fatto lavoratori autonomi che guadagnano esclusivamente in base al risultato ottenuto.

Le forme contrattuali sono tre: gli incaricati occasionali (fino a 5mila euro di reddito annuo); gli incaricati abituali (oltre 5mila euro di reddito annuo con obbligo di apertura della partita Iva) e gli agenti di commercio (capi gruppo/area).

«Quella del venditore - spiega Pozzoli - è una professione che dà molte soddisfazioni e soprattutto permette di diventare imprenditore di se stesso, decidendo autonomamente quanto tempo e quanta energia investire nel lavoro».

La flessibilità spiega perché il 79 per cento dei venditori siano donne: «Molte sono mamme - racconta Pozzoli -, alcune hanno dovuto rinunciare al lavoro dopo la maternità, altre

invece hanno un impiego part time e nel tempo restante scelgono di fare le dimostratrici per arrotondare».

Se è vero che le imprese di vendita diretta sono sempre in cerca di nuove leve, è anche vero che queste spesso sono solo "di passaggio": il turnover medio annuo è pari all'85 per cento, vale a dire che la maggior parte dei venditori ci ripensa dopo un anno.

Ma nell'anno post-crisi quella del porta a porta risulta una spiaggia (forse l'ultima) verso cui fare rotta, almeno in attesa che passi la tempesta in altri settori.

«Non cerchiamo persone già formate o venditori esperti - spiega il presidente Pozzoli -, accettiamo chiunque ci chieda di provare. Ogni azienda organizza un periodo di formazione gratuito dopo il quale il venditore ha la possibilità di mettersi alla prova sul campo».

La preparazione sul singolo prodotto conta: «In Italia il porta a porta funziona perché agli italiani piace ricevere attenzioni. Tra il cliente e il venditore si crea un rapporto di fiducia molto personale, cosa che nei negozi si sta via via perdendo».

Nel 2009 gli incaricati alle vendite erano 252mila e alla fine di quest'anno il loro numero potrebbe arrivare a 270mila, soprattutto se sarà confermato il buon risultato dei primi due mesi del 2010.

«Uno dei luoghi comuni più diffusi - afferma Pozzoli - riguarda il carattere dei venditori: si crede che per fare bene questo lavoro bisogna essere di bell'aspetto e possedere una buona parlantina. Ma sono solo leggende: non esiste l'identikit dell'agente-modello, quello che conta è la motivazione. Se c'è, bene; se manca si va incontro a un fallimento sicuro».



LE AZIENDE CHE CERCANO PIU' DI CENTO COLLABORATORI



Amc Italia

- Settore: sistemi di cottura
- Figure ricercate: 1.000 incaricati vendite e 40 coordinatori di zona
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 02/575481

Amway Italia

- Settore: cosmetici
- Figure ricercate: 1.000 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 02/904631

Arnaldo Caprai gruppo tessile

- Settore: arredamento tessile
- Figure ricercate: 127 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 0742/39251

Avon Cosmetics

- Settore: cosmetici e bigiotteria
- Figure ricercate: 2mila incaricati vendite; 200 capi gruppo; 40 responsabili di zona
- Area geografica: tutta Italia
- E-mail: hrecruitment@avon.com

Dalmesse Italia

- Settore: pulizia della casa
- Figure ricercate: 650 incaricati vendite, 200 capi gruppo e 40 responsabili di zona
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 0823/513028

Domovip Italia

- Settore: arredamento per la casa ed elettrodomestici
- Figure ricercate: 450 incaricati vendite; 40 tecnici installatori e 28 capi agenzia
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 0434/570309

Euro Style

- Settore: porcellane
- Figure ricercate: 250 incaricati

- vendite; 45 capi gruppo
- Area geografica: Sud
- Contattare: 0833/631781

Forever living products

- Settore: salute e bellezza
- Figure ricercate: 215 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 06/886981

Gnld International

- Settore: integratori, prodotti per la cura della persona
- Figure ricercate: 400 incaricati vendite e 40 sales team leader
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 06/65653320

Herbalife Italia

- Settore: prodotti dietetici
- Figure ricercate: 150 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 06/52304280

Jafra Cosmetics

- Settore: cosmetici
- Figure ricercate: 500 consulenti di bellezza e 30 agenti
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 0331/859757

Montini

- Settore: biancheria
- Figure ricercate: un centinaio di incaricati vendite e 4 manager
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 800 511730

Nahrin Italia

- Settore: integratori
- Figure ricercate: 110 incaricati vendite e 18 capi gruppo
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 045/6303670

Nsa Italia

- Settore: supporti nutrizionali
- Figure ricercate: 200 incaricati vendite

- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 039/6556300

Pierre Lang Italia

- Settore: bigiotteria
- Figure: 350 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 800 247371

Stanhome

- Settore: prodotti per la pulizia della casa e cosmetici
- Figure: 210 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 800 863176

Star Dust Italia

- Settore: cosmetici
- Figure ricercate: 1.500 incaricati vendite
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 06/2253275

Tupperware Italia

- Settore: contenitori per alimenti e utensili per la cucina
- Figure ricercate: 1.400 dimostratrici e 180 capi gruppo
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 02/722271

Vorwerk Contempora

- Settore: robot da cucina
- Figure ricercate: 100 incaricati alle vendite e 10 team leader
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 800 841811

Vorwerk Folletto

- Settore: pulizia e igiene
- Figure ricercate: 1.350 consulenti di vendita
- Area geografica: tutta Italia
- Contattare: 800 014457

Wool Service

- Settore: benessere
- Figure ricercate: 100 incaricati vendite e 10 capi area
- Area geografica: tutto il nord. Centro, sud e isole solo capi area
- Contattare: 800 063464

CORBIS

Casi aziendali/1. Amc (servizi da portata in acciaio)

Con l'addestramento si diventa consulenti

Non si diventa venditori da un giorno all'altro, e quelli di Amc - l'azienda tedesca di vendita diretta leader mondiale nel settore delle unità di cottura e servizi da portata in acciaio inossidabile, che in Italia conta già 2.100 venditori - lo sanno bene. Ecco perché hanno studiato un percorso di inserimento che nel 2010 darà la possibilità a mille candidati di entrare nel team dei venditori porta a porta. Il sistema commerciale Amc è basato sulla dimostrazione dei prodotti a domicilio, organizzati e gestiti dai consulenti esperti della filosofia Amc: «Mangiare meglio. Vivere meglio».

Per iniziare a lavorare con Amc bisogna seguire un iter ben preciso: è necessario

chiamare la sede di Milano o contattare l'azienda online, quindi si segue un "seminario" tenuto una volta al mese in tutti i venti uffici Amc sparsi per l'Italia. Intanto, si partecipa ai party insieme al consulente. Al termine del periodo di "addestramento" si diventa collaboratori, qualifica che permette di organizzare e gestire propri party, ancora però accompagnati dal consulente. Infine, quando si è pronti, si diventa consulenti.

Ma quanto si guadagna con questo lavoro? Gli introiti vengono calcolati con le percentuali sugli affari conclusi, che possono variare dal 16% al 30% in base alla vendita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA**Casi aziendali/2.** Tupperware ha già 35mila addetti

«Eventi» al femminile

L'esercito delle 35mila dimostratrici italiane di Tupperware - multinazionale Usa che produce contenitori per alimenti e utensili per la cucina in materiale plastico - è pronto ad accogliere nuove reclute. «Il modello di business è ricco di opportunità, specie in periodi critici come l'attuale - spiega Patrizia Savino, sales force promotion per l'Italia -». Questa attività si basa sulla vendita dei prodotti e sul rapporto (quasi tutto femminile) che si instaura tra cliente e dimostratrice».

Il sistema si basa sui party, durante i quali avviene la dimostrazione dei prodotti e non solo. «Il party - afferma Savino - rappresenta un momento di scambio di esperienze, attraverso idee,

ricette, e suggerimenti in cucina».

Per organizzarne uno e cominciare a guadagnare la dimostratrice deve trovare una padrona di casa disposta a organizzare questo "evento" nella propria abitazione, ricevendo in cambio alcuni prodotti in omaggio. Insieme, poi, si procede agli inviti: amiche, colleghe, conoscenti, vicini di casa, parenti.

«Cerchiamo profili eterogenei - spiega Savino - che vanno dalla mamma casalinga fino all'impiegata». La retribuzione varia in base a una provvigione sulle vendite realizzate che parte dal 22%, cui si aggiunge una regalistica promozionale messa a disposizione dall'azienda in base ai risultati raggiunti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA