



Vendita diretta: il settore è immune alla crisi. Cresce in tutta Europa. Dà lavoro e lascia spazio all'iniziativa. È come il franchising, ma senza fee. Attenzione, però: non è per tutti

di Giuliano Pavone - redazione@millionaire.it

Altro che crisi. Se considerate la vendita diretta una professione vecchia e superata vi sbagliate di grosso. I numeri parlano da soli. Il settore cresce in tutta Europa, Italia compresa. Si tratta di un lavoro anticrisi, alla portata di tutti e a costo zero. La vendita diretta non ha barriere all'ingresso, offre vantaggi a chi acquista ed è profittevole per le aziende. Esordisce Daniele Pirola, vicedirettore di Avedisco (Associazione vendite dirette servi-

zio consumatori): «Oggi il consumatore è molto attento. Nei grandi magazzini fatica a trovare commessi pronti a illustrare prodotti. La formula della dimostrazione personalizzata a domicilio permette di analizzare tutti gli aspetti dell'eventuale acquisto, e in più di farlo con calma a casa propria». Aggiunge Adriana Galgano, della società di formazione Ottantaventi: «In questo periodo di crisi, è nel contatto diretto con venditori preparati, motivati e ottimisti che i clienti tro-

vano la spinta per acquistare». Nella vendita è importante far percepire in modo concreto i vantaggi che il cliente può trarre dal prodotto. Un esempio pratico? «Alcuni venditori di lana merinos, un filato che consente di mantenere costante la temperatura corporea, chiedono al cliente del ghiaccio e lo avvolgono in una loro coperta. Lasciano passare alcuni minuti e il ghiaccio non si scioglie. È una presentazione molto efficace» racconta Adriana Galgano.

Informati e coccolati

È la maggiore interazione fra persone a dare valore aggiunto alla vendita diretta. Al cliente piace sentirsi coccolato e, perché no, fare due chiacchiere. Pensiamo quanto più gradevole possa essere per una donna acquistare un cosmetico a casa di un'amica e insieme ad altre donne, piuttosto che farlo da sola in una grande profumeria. In un certo senso l'espansione della vendita diretta sta colmando il vuoto lasciato dal rarefarsi dei piccoli negozi, quel- ▶▶

i numeri

1.385 MILIONI
di euro: fatturato vendita diretta 2007
+4,7%
rispetto al fatturato dell'anno precedente
220MILA
venditori porta a porta (+9% rispetto al 2006)
80% dei venditori lavora a tempo parziale

(fonte Avedisco)

chi vende di più in Europa

1. **GERMANIA**
2. **REGNO UNITO**
3. **FRANCIA**
4. **ITALIA**

3 settori che tirano

1. **SERVIZI:**
energia e telefonia
2. **ALIMENTARE E NUTRIZIONALE**
3. **SEXY SHOP**