



Indirizzo http://job24.ilsole24ore.com/news/Approfondimenti/2008/02/14/23_D.php?uid=414c9c04-dac8-11dc-a54d-00000e251029&OocRulesView=Libero

Il Sole 24 ORE.com

NEWS 24 | MONEY 24

Casa24 | Job24 | Shopping24 | Luxury24 | Viaggi24 | ArtEconomy24 | Mobile | Banche Dati | Esperto Risponde | Formazione |

JOB 24

Furto d'identità? Difenditi con



Home News Ricerca Annunci Strumenti Formazione e Master Blog Cerca

In cerca di nuovi talenti?

News

<< Indietro

Lunedì 11 Febbraio 2008

Venditori porta a porta: la carica dei 200mila

A CURA DI
Piero Orlando

C'è sempre più bisogno di venditori a domicilio. La vendita diretta è un settore in espansione che offre opportunità di lavoro alla portata di tutti, in cui è possibile organizzare autonomamente il proprio tempo (ma si tratta in gran parte di occasioni part-time), apprendendo tecniche di vendita e di comunicazione grazie alla formazione in azienda e la possibilità di maturare esperienza sul campo.

Un'opportunità che infatti attira sempre più giovani, nonostante l'età media sia ancora piuttosto alta e il 43% degli incaricati alla vendita diretta abbia tra 35 e 49 anni. Ma i cosiddetti venditori "porta a porta" non sono più solo donne casalinghe alla ricerca di un'occupazione part-time per integrare il reddito familiare. I numeri del settore mostrano una crescita costante, con le 35 imprese aderenti ad Avedisco, l'Associazione vendite dirette servizio consumatori (circa il 50% del mercato italiano) che a settembre scorso hanno mostrato un +4,2% del fatturato rispetto allo stesso periodo del 2006, per arrivare presumibilmente a quota 1,3 miliardi di valore nel 2007.

Una decisa ripresa dopo la crescita limitata di inizio anno per la frenata del comparto «beni durevoli della casa», che costituisce la quota principale delle vendite a domicilio.

Pentole, contenitori per alimenti ed elettrodomestici vari, infatti, sono il 46% degli acquisti porta a porta italiani, anche se una grande fetta riguarda anche i prodotti alimentari e nutrizionali (21%) e poi i cosmetici e accessori di moda (13%). I settori più dinamici, però, sono stati il "tessile" e i "beni di consumo per la casa".

Si è infoltito così l'esercito dei venditori a domicilio, che ha superato quota 217mila unità.

«L'Italia è il quarto mercato in Europa – dice Luca Pozzoli, presidente di Avedisco –. Ci sono opportunità di lavoro per uno spettro ampio di popolazione a cui non sono richiesti particolari requisiti. Trovano impiego donne, persone di esperienza, ma anche giovani che possono conciliare l'attività con lo studio universitario: l'età media si sta abbassando, specie al Sud Italia dove quella di venditore a domicilio è considerata una seria opportunità di lavoro che può dare il via a carriere diverse, una sorta di "formazione" per imparare tecniche di vendita e il rapporto col pubblico».

Per cominciare non servono titoli di studio, né una particolare esperienza: dopo una semplice lettera di incarico, è sufficiente avere in mano il tesserino di riconoscimento rilasciato dalla società committente. Vi è una ristretta quota di venditori che opera con contratto di agenzia, ma la stragrande maggioranza guadagna grazie alle provvigioni sul venduto, che sono molto variabili, comprese tra il 15 al 40% a seconda del tipo di prodotto commercializzato (con diverse formule di calcolo e anche incentivi per obiettivi). I guadagni però sono strettamente legati al tempo dedicato al lavoro, potendo decidere in completa autonomia quanti e quali appuntamenti fissare: se la maggior parte dei venditori accumula poche migliaia di euro l'anno, c'è anche chi si garantisce un buono stipendio: «I guadagni vanno da un minimo di 400 euro al mese per arrivare a 2mila per livelli normali di lavoro – dice Pozzoli –, arrivando anche a 4mila euro per figure con responsabilità di un gruppo di persone e impiego full-time. È un universo per definizione meritocratico: più lavori più guadagni e la correttezza è fondamentale per creare rapporti di fiducia con i clienti».

Le aziende forniscono il materiale di base per l'attività, come il kit di prodotti da mostrare, più cataloghi e brochure vari, assicurando un periodo iniziale di addestramento sul prodotto e sulle tecniche di vendita. Bisogna imparare a vendere "one to one", rivolgendosi alle singole persone oppure nel cosiddetto "party plan", la riunione a domicilio. In media, secondo i dati Avedisco, ogni azienda associata organizza 792 corsi di addestramento a cui partecipano 96mila persone, ma anche 32 corsi di formazione per 22mila partecipanti.

«Nei primi tre mesi bisogna uscire dal cerchio delle proprie conoscenze immediate, anche perché la regola è che "non si è quasi mai profeti in patria" – afferma il presidente di Avedisco –. Gli incaricati più bravi, poi, hanno occasioni di crescita: l'attività da part-time può diventare full time e dar luogo a una carriera interna. Ma è indispensabile la voglia di emergere e di investire su sé stessi».

L'IDENTIKIT

Diplomate, con figli, over 40

Donna, sposata con un figlio, residente in città, 49 anni e un diploma in tasca. È questo l'identikit del venditore a domicilio. Le donne sono il 78% dei venditori. Per il 33%, l'età è tra i 45 e i 54 anni, per il 24% tra 35 e 44 anni, per il 25% tra 55 e 64 anni; percentuali minori per le altre fasce d'età.

L'80% dei venditori a domicilio è sposato, solo il 20% single. Il 34% ha una famiglia di tre componenti.

Il 40% vive in ambiente urbano, solo il 20% in ambiente rurale; il resto in piccoli centri.

L'8% dei venditori diretti italiani è laureato, contro il 28% della Francia, il 46% della Gran Bretagna, il 50% della Finlandia e il 28% della media europea.

Mediamente i venditori diretti italiani guadagnano 17.728 euro lordi l'anno. In Gran Bretagna 20.711, in Francia 21.672 e in Germania 22.712.

Il turnover (durata media nel settore) è di 7 anni. In Italia il turnover è inferiore alla media europea: è di 5 anni.

La maggioranza (49%) dei venditori dichiara di essere stato spinto alla professione per il guadagno. Il 30% perché crede nei prodotti e nell'azienda, il 26% perché trova indipendenza e possibilità di gestirsi in autonomia, il 20 per cento di socializzare.

Per la maggioranza dei venditori a domicilio (88%) il lavoro stimola nell'avere successo e migliora l'autostima.

Fonte: "Direct Selling in Europe" 2007, ricerca Ipsos-Mori per Fedsa (Federation of European Direct Selling Associations)

Per la tabella fare riferimento al pdf

- Invia
- Stampa
- Ingrandisci
- Diminuisce