

7 Giugno 2013

Venditori a domicilio, “così si diventa dei numeri uno”



Ha studiato da geometra, ma il suo primo lavoro non aveva nulla a che vedere con la progettazione di case. Fino a otto
La Rassegna
anni fa, **Stefano Riva, di Albino**, era un elettricista alle prese con cavi aggrovigliati e impianti luminosi in cortocircuito. Poi
<https://www.larassegna.it/venditoria-domicilioocossidiventadei-numeri-uno/>

la svolta. A 24 anni un amico gli ha proposto di seguirlo in una nuova avventura lavorativa all'azienda tessile Linea di Fiorano, a Gazzaniga. Così, oggi questo 32enne della Valle Seriana può dire di aver trovato la sua vocazione. A confermarlo è il recente riconoscimento che Avedisco (associazione vendite dirette servizio consumatori) gli ha conferito a Firenze, in occasione della 19esima edizione del Premio nazionale, qualificandolo come miglior incaricato alle vendite dirette a domicilio del 2012. "Il premio mi riempie di orgoglio ma è solo un punto di partenza, il bello deve ancora venire", esclama Riva.

Com'è iniziata la sua avventura alla Linea di Fiorano?

"Sono una persona a cui piace parlare, aperta, e quell'impiego di venditore sembrava fatto apposta per me. È stato un amico a propormi questa avventura e io ho accettato quasi per gioco, senza troppe aspettative. Poi invece, dopo aver fatto il semplice venditore per circa quattro anni, ho iniziato gradualmente a fare carriera come responsabile di zona. Accanto a me c'è da sempre un gruppo di lavoro di cinque ragazzi che da colleghi sono diventati amici con cui condividere gioie e dolori".

La Linea di Fiorano nasce come azienda tessile, poi ha ampliato il suo raggio d'azione concentrandosi sulla ricerca e lo sviluppo di prodotti per il benessere e la salute nell'ambiente familiare...

"Sì, la Linea è nata nel 1876. Poi trent'anni fa si è trasformata in un'azienda d'élite con prodotti d'alta qualità nel tessile. Un'ulteriore svolta l'ha impressa il nostro presidente Diego Capponi che circa vent'anni fa ha intuito la crisi del settore e ha deciso di investire nella ricerca. Ha coinvolto così dottori, professori e medici che operano in importanti università e ospedali italiani e li ha convinti a mettere a disposizione i loro studi per portare benessere ai consumatori".

E il 2012 è stato un anno importante sia a livello aziendale che personale...

"Sì, perché dopo il riconoscimento che il mio gruppo ha ricevuto lo scorso anno nell'ambito della gara Campioni d'Italia, è giunto da Avedisco il mio primo riconoscimento personale per i progressi lavorativi dimostrati dal 2006 al 2012. Ma il merito di questo mio successo va anche ai miei colleghi Diego Capponi, Roberto Legrenzi, Carlo Ghirardelli, Marco Barcella, Marco Stancheri e Gaudenzio Moioli che hanno sempre creduto in me. Si tratta comunque semplicemente di un attestato in quanto i premi veri e propri sono stati devoluti in beneficenza all'associazione di don Mazzi per aiutare i ragazzi in difficoltà".

Quali sono le caratteristiche che un buon venditore deve possedere per avere successo?

"Il lavoro porta a porta non è semplice. Bisogna avere tanta voglia di mettersi in gioco, non aver paura di lavorare anche 13-14 ore al giorno, continuo studio, desiderio di informarsi e andare alla scoperta di nuove tecniche di vendita. È necessario avere un obiettivo fisso nella testa da perseguire, uno scopo che ogni mattina mi permette di alzarmi ed essere sempre al 100%, anzi al 110% della forma. I sogni si possono realizzare. Ci vuole solo tanta costanza e tanta forza di volontà e tutto si può raggiungere nella vita".

Com'è la sua giornata tipo?

"Tutti i giorni dalle 9 alle 9.30 io e i miei colleghi ci ritroviamo nell'ufficio di Bergamo, in piazzale Goisis, e facciamo una piccola riunione riepilogativa per analizzare quanto fatto il giorno precedente, le difficoltà riscontrate, le vendite effettuate. Dalle 9.30 alle 10.30 teniamo corsi di aggiornamento in azienda con i responsabili. Dalle 10.30 alle 12.30 si iniziano a contattare telefonicamente le famiglie per fissare appuntamenti pomeridiani durante i quali andiamo a casa dei clienti interessati a mostrare i nostri prodotti".

Sono previsti dei corsi di formazione per diventare venditore?

"Anche se la buona volontà e la voglia di fare, come dicevo, sono alla base di questa attività, nessuno nasce "imparato", se mi passa il termine. Ci sono quindi dei corsi di formazione in azienda per i nuovi entrati, della durata di due mesi, tenuti dal nostro direttore commerciale Roberto Legrenzi. La formazione continua è necessaria per dare il meglio di sé. Non si smette mai di imparare: questa è la formula vincente".

Quanti venditori avete sul territorio?

"In Bergamo abbiamo circa 25 collaboratori, mentre in totale operano per l'azienda 230 persone in Italia e 460

all'estero. Io gestisco un gruppo di 6 persone con circa 120mila famiglie da contattare tra Val di Scalve, Val Seriana, Val Bondione, Val Gandino e Val Calepio. La sede principale con uffici operativi e amministrativi è a Gazzaniga. Poi ogni città ha la propria sede commerciale: oltre a quella di Bergamo, ne abbiamo una quarantina in tutta Italia”.

Collaborate anche con l'Agenda della salute?

“Sì, questa rivista di settore parla spesso della nostra azienda e dei nostri prodotti dedicati alla cura delle persone che sono tutti dispositivi medici certificati”.

Avete sentito la crisi?

“Quale crisi? I nostri fatturati sono sempre alti, per fortuna. Nel 2012, solo nel gruppo che gestisco io, abbiamo incrementato le vendite del 37%. D'altronde se la gente ha qualche risparmio da parte lo investe nella salute perché è un bene primario, la gente ci tiene. Si possono avere tutti i soldi del mondo, ma se non c'è la salute...”

Qual è il target della vostra clientela?

“La tipologia dei nostri prodotti ci permette di avere come clienti tutte le categorie professionali dall'operaio ai dottori, professori, parlamentari... tocchiamo tutte le classi sociali”.

Come intercettate i vostri clienti?

“La rete dei clienti nasce certamente dalle pubbliche relazioni ma anche con il passaparola. Un cliente soddisfatto consiglia sempre a parenti e amici di venire da noi”.

I prodotti più richiesti?

“Abbiamo una gamma di 30 prodotti che si vendono tutti bene. I più richiesti sono i dispositivi medici che utilizzano la magnetoterapia naturale per combattere il dolore, alleviare lo stress e favorire il sonno, ma anche le poltrone idromassaggianti e le unità terapeutiche di riposo fatte su richiesta, come materassi su misura a seconda dell'altezza e del peso del cliente”.

Aspetti positivi di questo lavoro?

“Grazie a questo lavoro ho conosciuto tanta gente con cui ho instaurato dei veri rapporti di amicizia. Mi è capitato addirittura di restare a cena da alcuni clienti. Molti, pur non conoscendomi, mi raccontano i loro problemi, spesso diventano confidenti. È un lavoro in evoluzione, mai noioso, in cui si imparano cose sempre nuove. Anche l'aspetto economico, quando si raggiungono certi livelli, diventa importante”.

Aspetti negativi?

“Per il momento non ne ho ancora trovato uno”.

Ma lei non si riposa mai?

“Non è un lavoro faticoso a livello fisico, forse lo è a livello mentale. Sostenere colloqui giornalieri che magari durano anche due ore ciascuno, con famiglie sempre diverse, a volte è impegnativo. Diciamo che, come tutti, ho bisogno di un paio di settimane all'anno per staccare la spina e rigenerare il sistema nervoso”.