# Storie di vendita vissuta

univendita
unione italiana vendita diretta

# Storie di vendita vissuta

# prefazione

La vendita porta a porta è una professione che vivo sulla mia pelle da sempre: mia sorella Loredana, oggi insegnante, ha fatto questo lavoro per un po' di tempo, e io, che ero più piccola, ero affascinata da quel suo borsone pieno di belle cose.
Ecco perché ho accolto con grande piacere l'invito del Presidente di Univendita Ciro Sinatra a scrivere una prefazione per questa raccolta di storie di lavoratrici e lavoratori, ogni giorno al centro del mio operato da senatrice e membro della Commissione Lavoro a Palazzo Madama. Insieme ai colleghi di maggioranza e opposizione, ci impegniamo a scrivere norme sempre più moderne e a rispondere alle esigenze di una realtà difficile e in continua evoluzione.
E poi tante amiche sono venditrici a domicilio: dalle pentole alla biancheria, dai contenitori ai robot da cucina, ho comprato di tutto perché sono convinta che si tratti di un'esperienza di acquisto davvero unica. Tocco con mano, ho un contatto diretto con chi vende e so a chi rivolgermi se c'è qualcosa che non va. C'è un coinvolgimento personale forte, che è proprio il mio modo di lavorare e di fare politica.
Mia sorella e la folta schiera di amiche venditrici hanno intrapreso questa professione per motivi diversi e posso dire che ognuna di loro ha trovato in questo mestiere quel che cercava: gratificazione economica, desiderio di autonomia, conciliazione dei tempi di lavoro con gli impegni familiari.
Credo che la vendita porta a porta sia una conquista quotidiana. Per questo guardo a questa professione con grande stima (e sì, anche con grande simpatia), e auguro alle venditrici e ai venditori - e alle aziende associate Univendita - tanta fortuna.
Buona lettura!

---

**Stefania Pezzopane**
Membro Commissione Lavoro e Previdenza sociale del Senato

# introduzione

"Possiamo cambiare il nome delle cose, non la loro sostanza. Per questo mi viene da sorridere quando sento l'espressione marketing relazionale a proposito della vendita diretta a domicilio. Liberissimi di ribattezzare *à la mode* il più antico modello di vendita al mondo, ma non ho dubbi che questo continuerà a essere se stesso. E il motivo è semplice: nel nostro caso è la persona che fa il lavoro, e non viceversa. Se nella vendita diretta, di concerto con le dinamiche del mercato, si rinnovano in continuazione –e non potrebbe essere altrimenti– strumenti e aspetti accessori, l'essenza più profonda, quella rappresentata dal fattore umano, resta. Sono le persone la costante di un successo che, in anni di contrazione dei consumi, ha fatto della vendita diretta a domicilio un'eccezione che è parsa sovvertire ogni regola. È questa l'unica vera risposta di un successo di cui gli osservatori esterni chiedevano spiegazione. La ragione della controtendenza rispetto ai canali di commercio tradizionali ha i nomi e i cognomi delle venditrici e dei venditori per cui è stato pensato questo ebook. *Storie di vendita vissuta* vuole restituire il senso di una professione intrecciata come non mai alla persona che la esercita attraverso i racconti di chi nutriva pregiudizi verso questa opportunità ed è stato smentito dai fatti, di chi pensava di non avere altre chance lavorative, di chi ha iniziato per scommessa, di chi doveva guadagnare perché il marito aveva perso il posto e adesso mantiene la famiglia. Storie diverse fra loro accomunate da una scelta ben precisa: il lavoro dipende da me. Per questo ogni storia di vendita è una scelta di vita… vissuta.

---

**Ciro Sinatra**
Presidente di Univendita

# indice


11 **La vendita diretta**

13 **Univendita**

15 **Venditori**

16 Gloria Aghahuwa, Torino - Tupperware Italia
20 Cristina Averara, Ponte San Pietro (Bergamo) - Ringana Italia
24 Enza Bianchini, Brescia - Lux Italia
28 Cristina Brendolan, Trento - Witt Italia
32 Carla Buzzi, Varese - Fi.Ma.Stars
36 Gabriella Cacciola, Catania - Tupperware Italia
40 Davide Cappelletti, Cantù (Como) - bofrost* Italia
44 Consuelo Caredda, Oristano - Tupperware Italia
48 Rosaria Carrara, Bergamo - Fi.Ma.Stars
52 Michele Cauzzi, Cremona - CartOrange
56 Francesca Cereda, Como - Avon Cosmetics
60 Angela Chinnici, Agrigento - Dalmesse Italia
64 Erminia Ciampi, Avellino - Jafra Cosmetics
68 Anna De Felice, Fano (Pesaro e Urbino) - Vorwerk Bimby
72 Daniela Donazzan, Vicenza - Witt Italia
76 Marta Fiorucci, Perugia - Jafra Cosmetics
80 Mariella Furnò, Catania - Vorwerk Folletto
84 Pina Gallo, Napoli - Avon Cosmetics
88 Maria Rita Guardiano, Ragusa - Dalmesse Italia
92 Angela Ioli, Roma - Vorwerk Bimby

96 Elisabetta Izzo, Napoli - AMC Italia
100 Fation Lazaj Bastia Umbra (Perugia) - bofrost* Italia
104 Anna Marino, Napoli - Tupperware Italia
108 Francesca Mariotti, Teramo - CartOrange
112 Luciana Mazziero, Bologna - Dalmesse Italia
116 Luca Modolo, Treviso - AMC Italia
120 Donato Palmisano, Cagliari - Vorwerk Folletto
124 Paola Pastore, Roma - Vorwerk Bimby
128 Amedeo Flavio Perna, Caserta - CartOrange
132 Giampaolo Peroni, Brescia - Nuove Idee
136 Stefano Peroni, Brescia - Nuove Idee
140 Angela Petitti, Rocca di Neto (Crotone) - Avon Cosmetics
144 Marco Saporito, Torino - Fi.Ma.Stars
148 Flora Sciancalepore, Bari - Avon Cosmetics
152 Ndoye Selle, Pisa - bofrost* Italia
156 Marco Sostegni, Prato - bofrost* Italia
160 Kajtazi Tomorr, Trento - Vorwerk Folletto
164 Renato Tondo, Modena - Vorwerk Folletto
168 Pina Toscano, Roma - AMC Italia
172 Veronica Valassina, Frosinone - CartOrange
176 Rosaria Zarbo, Agrigento - Jafra Cosmetics

**183 Le aziende Univendita**

# La vendita diretta a domicilio e l'incaricato alla vendita

Per "vendita diretta" si intende la distribuzione di prodotti e servizi al consumatore finale tramite la raccolta di ordinativi di acquisto generalmente presso il domicilio del consumatore, e comunque fuori dagli esercizi commerciali, da parte di imprese che si avvalgono di incaricati alla vendita. La vendita diretta a domicilio è il più antico modello di proposta di beni e servizi ai consumatori ed è praticata attraverso due modalità: il porta a porta (door to door), che consiste nella presentazione dei prodotti da parte dell'incaricato a ogni singolo potenziale cliente; la vendita per riunione (party plan), in cui la presentazione dell'incaricato è rivolta a un gruppo di potenziali clienti riuniti presso l'abitazione di un ospite, che si attiva per invitare e ricevere i partecipanti.

L'attività di incaricato, anello di congiunzione tra l'impresa e i consumatori, può essere svolta a tempo pieno o part time da chiunque: ogni impresa ne cura la formazione per imparare a gestire al meglio e a svolgere con successo questa peculiare attività, perché etica e professionalità sono alla base del rapporto diretto che si viene a instaurare con i consumatori.

# Univendita
# Unione italiana vendita diretta

Univendita nasce allo scopo di riunire l'eccellenza, in termini di qualità, innovazione e servizio, delle imprese di vendita diretta a domicilio per fare sistema e contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile del settore nel rispetto del consumatore. A Univendita aderiscono le imprese più rappresentative della vendita a domicilio in Italia.

L'associazione si pone come punto di riferimento del settore per consolidare la credibilità e la reputazione della vendita diretta come parte integrante del sistema distributivo nel nostro Paese attraverso la serietà delle imprese associate e l'affermazione di elevati standard etici. Per questo Univendita si è dotata di una "Carta dei Valori", che promuove un sistema etico e sostenibile riconosciuto e applicato da tutti i soci, e di un "Codice Etico", che definisce le regole per lo svolgimento di attività sostenibili nella vendita diretta e impegna le imprese associate e i loro incaricati a mantenere comportamenti etici volti a garantire la correttezza dell'attività commerciale.

Univendita, che aderisce a Confcommercio, intende contribuire alla crescita professionale e civile del settore fornendo alle imprese associate strumenti idonei per affrontare in modo rigoroso e consapevole le sfide del mercato.

# Storie di vendita vissuta

# I venditori

“

Con questo lavoro guadagno facendo le cose che più amo

## Gloria Aghahuwa

Torino

Tupperware Italia

È una storia che sembra un film quella di Gloria Aghahuwa, 41 anni, origine nigeriana e cittadina italiana da 7 anni. Sposata con un italiano, un figlio di 13 anni, dal 2014 è incaricata Tupperware: «Nella mia vita ho fatto tanti lavori per mantenermi, ma questo è l'unico che mi piace davvero e che mi permette di realizzarmi». Dopo un diploma in Economia e Commercio, a vent'anni Gloria decide di lasciare la Nigeria in cerca di fortuna: «Il mio sogno era raggiungere dei cugini che si erano trasferiti negli Stati Uniti. Durante il viaggio ho fatto scalo in Italia, in aeroporto ho affidato la borsa a una signora che avevo conosciuto per cercare un taxi per andare in albergo e quando sono tornata non c'era più nessuno».

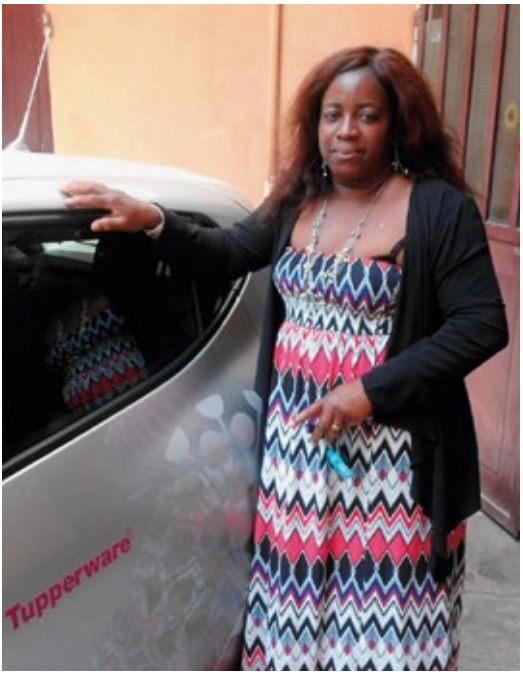
Gloria sporge denuncia, ma deve attendere il tempo necessario per rifare i documenti: «Non avevo soldi e non conoscevo nessuno, per fortuna ho trovato ospitalità da alcune suore a Torino, dove frequento un corso di italiano, di cui allora non conoscevo una parola. Dopo qualche tempo ho trovato una vecchia amica che mi ha ospitato per qualche anno, prima di poter affittare una casa tutta per me. Nel frattempo ho trovato lavoro prima come donna delle pulizie, poi in fabbrica. Quando finalmente sono venuti pronti i documenti per partire per l'America avevo conosciuto

l'uomo che sarebbe diventato mio marito e ho deciso di restare in Italia». Nel 2003 Gloria diventa mamma di un bel bambino che si chiama Vincenzo e lascia il lavoro in fabbrica per cercare un'attività con degli orari più compatibili con il ruolo di mamma.

Gloria in compagnia del marito

Nel 2004 inizia a lavorare in un ristorante prima come lavapiatti e poi come aiuto cuoco. A quel punto convince il marito a comprare una casa e si trasferisce a Chiusa San Michele. Nella città metropolitana di Torino «ho cercato altri lavoretti per pagare con più serenità le rate del mutuo e ho iniziato a collaborare con una cooperativa che mi ha affidato un lavoro part time di bidelleria e pulizia nella scuola dell'infanzia di Chiusa San Michele. Mi sembrava un sogno, poter lavorare così vicino: tra l'altro da tempo cercavano una persona affidabile per questo incarico e l'hanno trovata in me». Gloria se ne occupa in modo responsabile e attento per 4 anni, poi è assunta direttamente dalla scuola materna. Quindi si accorge che l'imposizione

fiscale, con i due lavori, è molto elevata, e lascia il lavoro al ristorante. Nel gennaio 2014, Tupperware entra nella sua vita: «Mia cognata mi ha invitato a partecipare a un atelier culinario Tupperware. Fino a quel giorno non sapevo neanche cosa fosse: mi era stato detto che si trattava di contenitori che servivano per cucinare e conservare alimenti, e ho accettato perché ero molto incuriosita e mi piace molto stare ai fornelli. Il giorno dell'atelier mi sono innamorata a prima vista di due contenitori, il cuoci riso e la ciotola per impastare la pizza, che ho acquistato. Sono rimasta colpita dai numerosi regali che mia cognata aveva ricevuto e ho chiesto all'incaricata come fare per averli anch'io e mi ha risposto che avrei dovuto ospitare un party a casa mia. Mi ha anche proposto di diventare una consulente culinaria Tupperware, ma ho rifiutato in quanto avevo già un lavoro e non avevo tempo per un altro». Gloria organizza l'incontro a casa sua con le amiche, che va molto bene e le permette di ricevere molti regali: «Per me un regalo ha un valore particolare, perché non è una cosa che si può comprare, quindi è ancora più preziosa».




Gloria con la macchina aziendale conquistata grazie ai buoni risultati

Un regalo tira l'altro, fino a che Gloria decide di diventare lei stessa la venditrice: «Ho fatto altri atelier che sono andati molto bene e ho deciso di continuare per sistemare la mia dispensa e il frigorifero con altri contenitori. Così sono diventata incaricata a marzo 2014 e sono stata nominata capogruppo dopo nove mesi, un ruolo che mi ha dato l'opportunità di offrire lavoro a tantissima gente. Sono anche riuscita a centrare l'obiettivo per avere l'auto aziendale ho avuto anche l'occasione di viaggiare: compatibilmente con le ferie che riesco a prendermi alla scuola materna, in questi due anni sono stata a Rimini e a Mykonos».

Gloria è innamorata di Tupperware: « I prodotti sono ottimi, durano tanto e si utilizzano per tutto. Questo lavoro mi permette di guadagnare facendo le cose che più amo, ossia cucinare e parlare con gente nuova. Inoltre fa emergere il mio carisma da leader. Adesso che mio marito è in cassa integrazione, grazie a questo lavoro riesco a guadagnare i soldi per il mutuo e per mandare avanti la famiglia e non mi sono mai pentita di aver lasciato il posto al ristorante. Il mio consiglio a chi vuole cominciare è di non mollare mai: con Tupperware sto vivendo la mia favola».

“

Mi pesavano di più
le otto ore in ufficio.
E guadagnavo meno

## Cristina Averara

Ponte San Pietro (BG)

Ringana Italia

Di vendita diretta, sino a 44 anni, sapeva poco per non dire nulla: Cristina Averara, bergamasca di Ponte San Pietro, cinquantun anni, sposata e madre di una figlia, dopo gli studi linguistici al British Council di Milano, è stata responsabile export di un'azienda bergamasca per vent'anni. «L'azienda è entrata in crisi ancora prima che scoppiasse la crisi –ricorda Cristina–; per un anno ho cercato lavoro, ma senza successo. Allora ho pensato di ripartire da me, da quello che sapevo fare e che mi interessava. L'idea era di strutturare un'attività di import-export di spezie rare e biologiche».

Consigliabile in un momento di crisi? «Sono andata sul web inserendo queste chiavi di ricerca; è uscito il nome Ringana. Ripeto; non avevo opinioni sulla vendita diretta. Il mio atteggiamento è sempre stato quello di un'apertura mentale totale: Ringana mi ha convinto immediatamente nel merito. Il suo concetto unico di naturale, fresco, etico, bio, ecosostenibile e di ritorno a uno stile di vita naturale mi ha conquistata e dato una motivazione molto forte». Lei arrivava da un'esperienza lavorativa di lungo corso completamente diversa; un posto fisso all'interno di un'azienda tradizionale: non è stato un salto nel vuoto? «Alla luce dei risulta-

ti che ho ottenuto non direi proprio, ma io avevo avuto immediatamente la percezione che Ringana fosse la miglior opportunità professionale che mi potesse capitare. I valori aziendali erano i miei valori; ho visto la possibilità concreta di svolgere un lavoro che desse più tempo, libertà e qualità alla mia vita. E così è stato». Non è stata nemmeno una scelta fatta sull'onda di un grande nome conosciuto. «Infatti, anche se Ringana, azienda austriaca, è entrata sul mercato italiano nel 2006, è stato dal 2009 che ha cominciato effettivamente a radicarsi. Sono stata quindi una "pioniera" nel posizionamento e diffusione dell'azienda in Italia; in questi anni ho seguito e ho contribuito alla sua crescita».

Cristina, seconda da sinistra all'Accademia Ringana Italiana a Bologna

Complicato? «Una sfida splendida che è consistita nel creare e sviluppare una rete di clienti e di partner. Fra le particolarità di questa azienda va citato il fatto che non esiste una gerarchia nella struttura della vendita. Io, che sono l'unica persona di Ringana in Italia ad avere raggiunto finora l'obiettivo 8, sono una partner commerciale esattamente come l'ultima

entrata. Non ho una qualifica diversa; la mia maggiore esperienza vale soltanto sul campo, quindi si riflette nei risultati, non nell'inquadramento tradizionalmente inteso». Una filosofia diversa. «Ognuno di noi è impegnato, nello stesso tempo, a vendere i prodotti e a costruire un gruppo. È, quindi, un gioco di squadra che esalta le capacità del singolo». Come operate nella vendita? «Chiamiamo gli incontri di presentazione dei nostri prodotti Fresh_date: non abbiamo obblighi di tenerli in un luogo preciso; c'è chi li ospita in case private, io preferisco scegliere ambienti che presentino affinità con la nostra filosofia, centri olistici o bio bar. Godiamo comunque di una buona libertà organizzativa, proprio perché ognuno, condividendo la filosofia di Ringana, cerca la propria strada».

Quali i paletti? «L'etica, il rispetto delle persone sono i punti di riferimento imprescindibili. Date queste condizioni posso scegliere di lavorare servendomi dei social network e, soprattutto, non ho limiti geografici nella costruzione della rete commerciale. Io posso operare anche in altri Paesi europei e lo sto facendo con risultati molto soddisfa-

Cristina, seconda da sinistra, festeggia il raggiungimento dell'obiettivo 7

centi». Quali le differenze rispetto all'Italia? «Sono significative, perché non trovo, negli altri Paesi, le resistenze a diventare partner che, invece, si riscontrano in Italia». Vi siete chiesti il motivo? «Io registro molta chiusura e resistenze in Italia, mentre all'estero un'esperienza come quella di Ringana è vista come un'opportunità. In Italia sappiamo che una persona su dieci ha un'apertura mentale che le permette di intraprendere un'attività come la nostra. Trovo terreno molto più fertile all'estero. E non serve allontanarsi molto: è sufficiente andare nella Svizzera italiana». Lei, al momento, ha un team di 440 persone: dove vuole arrivare e quanto lavora al giorno? «Obiettivo 10, ossia il massimo entro un paio d'anni, e un team superiore alle mille persone. Oggi io lavoro a tempo pieno: circa otto ore al giorno per cinque giorni alla settimana. Ma le otto ore mi pesavano di più in ufficio. E guadagnavo pure molto meno».

## A qualsiasi età troverei lavoro in questo settore

## Enza Bianchini

Brescia

Lux Italia

«Per la maggioranza delle persone con cui parlo o il lavoro è in un posto fisso o non è un lavoro; a me la vita ha insegnato esattamente il contrario». Enza Bianchini, 46 anni di Darfo Boario Terme, parla per esperienza personale e familiare. La sua storia nella vendita diretta è recentissima, cominciata due anni fa, perché quella professionale del marito, posto fisso per 17 anni, si era conclusa con la perdita del lavoro. «Non mi ero mai avvicinata alla vendita diretta -ricorda-; dopo le scuole ho lavorato nel settore tessile o negli alberghi. Intorno ai trent'anni sono diventata mamma, prima di Jessica, poi di Francesco, e ho scelto di fare la casalinga. Tutto procede tranquillamente sino a sei anni fa, quando mio marito perde il lavoro».

Lei era fuori dal mondo del lavoro da circa dieci anni; come ha reagito? «Ho cercato subito un lavoro nel settore alberghiero, che già conoscevo. Non ho avuto difficoltà a trovarlo, il problema era la stagionalità: si lavora sei mesi su dodici. Il suggerimento per trovare qualcos'altro mi arriva dalla titolare stessa dell'albergo. Nell'albergo la Lux tiene regolarmente i suoi meeting; e io entro in contatto con l'agente territoriale». Come è stato il primo impatto? «Sono rimasta molto diffidente; dopotutto si

trattava di vendita diretta, che allora vedevo come la maggioranza delle persone che, fondamentalmente, non sanno nulla di questa professione e la rifiutano a priori». Però ha deciso di provare. «Ero in una situazione di bisogno, quindi ho seguito sul campo Manuela, la mia capo gruppo. Il bilancio del primo mese di lavoro è stato di quaranta dimostrazioni e due vendite, una delle quali è stata revocata subito dopo. Insomma, un vero e proprio fallimento».

Con una cliente in dimostrazione

Nonostante questo lei prosegue. «Comincio a uscire a vendere da sola; gradualmente nelle vendite qualcosa comincia a muoversi, ma le mie riserve sulla vendita restano.
Fra 2014 e 2015 mi dedico soltanto alla vendita, perché la stagione alberghiera finisce e in quei mesi arriva la svolta. Comincio a collezionare mesi molto buoni e mi decido al grande passo». Cosa si era sbloccato? «Avevo imparato a lavorare; man mano che facevo dimostrazioni mi perfezionavo. La vendita diretta è una professione davvero completa, più mi esercitavo e meglio padroneggiavo il lavoro; ossia riuscivo

a valorizzare il prodotto che presentavo. A un certo punto ho avuto la certezza di riuscire a continuare contando soltanto su questo lavoro. L'anno scorso, qualche mese prima della ripresa della stagione estiva, sono tornata all'albergo e ho comunicato alla titolare che non avrei proseguito». E la reazione? «Mi ha abbracciato e mi ha fatto i complimenti; adesso sono spesso in quell'albergo, dove Lux tiene sempre i suoi meeting e dove facciamo le consegne dei prodotti».

La sua carriera nella vendita diretta decolla proprio quando si parla di crollo dei consumi; ci aveva pensato quando ha provato le prime vendite? «Quando ho cominciato pensavo che il lavoro sarebbe durato poco; finito il mio giro di conoscenze cui proporre i prodotti credevo che non ci sarebbero più state possibilità di vendere. Sbagliavo, perché il sistema di referenze che utilizza Lux funziona e si alimenta a ogni incontro che faccio. Lo dimostra il fatto che oggi le mie giornate lavorative siano piene. Tornando alla crisi, penso che abbia insegnato a molti a spendere meglio. La mia impressione è che ci sia stato un ritorno all'atteggiamento in voga negli anni Sessanta-Settanta, quan-

Enza con i figli e il marito

do fare una spesa significava scegliere un prodotto di qualità, cioè un prodotto che durasse. In questo senso la nostra proposta, che riguarda sistemi di pulizia e sanificazione domestica e l'igienizzazione degli ambienti professionali di alta qualità, dopo l'iniziale reazione di stupore è accolta perché il cliente fa un ragionamento rapportando qualità e prezzo. E si convince».

L'identikit del cliente tipo fra i privati? «La mia zona è la Valcamonica, il mio cliente tipo è la famiglia media, un nucleo familiare di quattro persone con uno stipendio e mezzo, in cui l'uomo lavora e tempo pieno e la donna part time. Quindi non certo indigente ma nemmeno abbiente». Convinta definitivamente della vendita adesso? «Io non rinuncerei più alla vendita diretta, anche perché ho la certezza che a qualsiasi età potrei trovare ovunque lavoro in questo settore; esattamente il contrario di quello che è successo a mio marito, che si sentiva sicuro con il posto fisso. All'inizio, come tutti in famiglia, era contrario alla mia scelta. Adesso con i risultati del mio lavoro e a ritrovata tranquillità economica ha cambiato idea. E devo dire che anche i miei figli, da un po' di tempo in qua, mi guardano con occhi diversi».

“

# La vendita diretta è il mio modo di dedicarmi agli altri

## Cristina Brendolan

Trento

Witt Italia

Dopo un battesimo lavorativo in ufficio, da oltre vent'anni la vendita diretta è la sua vita; lo è stata per due aziende; in mezzo uno stop che è stata la classica pausa di riflessione per riprendere più convinta di prima. Cristina Brendolan, trentina di 52 anni, diploma di liceo scientifico e tre anni di corso di laurea in Medicina, ha interrotto gli studi non perché la media dei voti agli esami non fosse all'altezza delle attese o si fosse disamorata della materia. «Più semplicemente ho capito che non sarei mai riuscita a essere un medico sul campo e ho abbandonato. Non mi ha mai abbandonato però l'idea di poter rendermi utile agli altri e con questo spirito ho sempre interpretato i miei lavori».

La prima occupazione arriva a 24 anni, nell'ufficio personale di un'azienda e come assistente del principale. «Un lavoro che mi piaceva –ricorda Cristina–, ma che non ho potuto più continuare a fare quando ho avuto il primo figlio. Il principale era stato molto chiaro: il lavoro che fai non può essere compresso in un part time, quindi ho deciso di fare la mamma». Passano appena sei mesi e Cristina è invitata a un party: è l'occasione per fare la conoscenza con la vendita diretta. «Grazie ai miei studi avevo posto una domanda molto specifica che la rappresentante aveva notato.

Quando, il giorno successivo, è venuta a casa mia per perfezionare la vendita mi ha offerto la possibilità di cominciare l'attività. Io ci ho visto subito la possibilità di mettere a frutto una mia passione e ho accettato. I prodotti mi piacevano, il lavoro chiamava in causa conoscenze che erano nel mio bagaglio o che, comunque, raccoglievo leggendo e informandomi continuamente. Dopo soltanto un anno ero diventata responsabile di un gruppo. Poi ho cominciato una lenta retromarcia».

Cristina con i due figli e il marito

Che cosa era accaduto? «Non davo il meglio di me lavorando con obiettivi troppo stringenti; a me premeva, innanzitutto, il contatto con i clienti, il lavoro di formazione e informazione. La vendita, poi, ne era una conseguenza naturale. Avevo quindi perso gli stimoli per continuare». Ma non si è fermata. «La spinta mi è tornata conoscendo Witt, all'inizio del 2014. Con l'azienda c'è stata piena condivisione sul mio metodo da subito e dopo soli nove mesi sono diventata capo vendita, ho cinquantasette persone, tra consulenti e soci, attive nella città di Trento e sul

territorio provinciale, e ho aperto uno showroom. Ma soprattutto sono me stessa e lavoro con il cuore». Cosa l'ha convinta in Witt? «Witt ha proposto un nuovo concetto di vendita per i prodotti destinati alla cura della persona e alla pulizia della casa. Gli showroom non sono luoghi di vendita ma di esposizione e di incontro con le venditrici e le clienti. È un aspetto della politica aziendale in cui mi sono ritrovata in pieno perché lo showroom è veramente la vetrina di una concezione della vendita diretta fatta di rapporti personali, di scambi di informazioni, di incontri, presentazioni e formazione, quindi crescita professionale e umana, continua».

Cristina nello showroom

Un luogo aperto? «Aperto cinque giorni su sette, quindi molto vivo direi. Qui le venditrici possono organizzare party, qui incontro le venditrici quando hanno un problema da sottopormi, insomma è un luogo in cui si danno consigli, si fa consulenza, quindi dove nasce e si cementa quella fiducia che è alla base dei rapporti in un'attività come la vendita diretta». L'identikit dei suoi collaboratori? «L'età varia molto: dalle studentesse universitarie a signore mie coetanee. Ci sono anche degli uomini perché nel catalogo Witt sono presenti

prodotti come gli integratori, che sono utilizzati in prevalenza da loro». Chi ottiene i risultati migliori? «Le persone più preparate, a dimostrazione dell'importanza dell'aspetto consulenziale nel nostro lavoro. È quindi falso che si tratti dell'ultima spiaggia quando non si trova lavoro; si tratta di un lavoro che è legato alla serietà dell'azienda e della persona». È un lavoro veramente conosciuto all'esterno? «Non direi proprio; tutto dipende da cosa fai e da come lo fai. Può essere un lavoro sfaccettato, complesso e formativo proprio come quello imprenditoriale. È anche un lavoro che, come nel mio caso, può essere interrotto e ripreso. E non credo che siano molte le professioni che danno questa opportunità». Per lei è un lavoro a tempo pieno. «Sì perché io ho deciso così, non certo per imposizione. Io conoscevo Witt fin da piccola, perché mia madre faceva uso dei suoi prodotti, e sempre un'amica di mia madre me l'ha fatta rincontrare e me ne sono innamorata. È il mio modo di dedicarmi agli altri».

“

Nella vendita diretta la chiave di tutto è l'organizzazione

## Carla Buzzi

Varese

Fi.Ma.Stars

«Per anni ho gestito un negozio: dovevo essere presente tutto il giorno, da mattina a sera, anche se non c'erano clienti. Ora invece mi sento padrona del mio tempo» . Parola di Carla Buzzi, 64 anni, che dal 1996 lavora per Fi.Ma.Stars, azienda di Buguggiate, in provincia di Varese, che produce e distribuisce prodotti biomagnetici e magnetizzati con sistemi brevettati. «Nella vendita diretta, tutto sta nell'organizzazione: il mio datore di lavoro è l'agenda che ho in mano. Ci sono periodi più frenetici e altri più tranquilli, ma sono sempre io a decidere come gestire le giornate» afferma Carla.

Nata a Varese, Carla dal 1986 vive in provincia, a Morazzone. Prima di entrare nel mondo della vendita diretta, era proprietaria di un negozio di elettronica a Tradate, che ha mandato avanti per alcuni anni. «Il negozio assorbiva gran parte del mio tempo e delle mie energie. Oltre al lavoro, gestivo la casa e la famiglia». Carla infatti ha un figlio che oggi ha 37 anni ed è operatore socio sanitario. Nel 1995, Carla chiude l'attività e l'anno successivo conosce Fi.Ma.Stars: «Le pratiche naturali e alternative mi hanno sempre interessata, tanto che quando degli amici mi hanno parlato di questa azienda ho voluto saperne di più». Carla viene quin-

di a conoscenza di questa azienda che applica il principio del magnetismo per il benessere e per migliorare la qualità della vita delle persone. L'azienda è nata da poco e la sede principale si trova poco distante da dove abita. Così Carla ha modo di conoscere direttamente il fondatore di Fi.Ma.Stars, Marino Scapinello: «Il dottor Marino è una persona sempre presente e molto lungimirante, che è riuscito a dare vita a una realtà che, negli anni, ha sempre acquisito crescente importanza».

Carla diventa prima cliente Fi.Ma.Stars poi, conquistata dai prodotti, decide di diventare anche venditrice. «Per me è stato il primo contatto con il mondo della vendita diretta. Grazie al negozio, avevo un'ampia esperienza nel rapporto con i clienti. Di questa azienda mi ha molto colpito l'approccio lavorativo: in Fi.Ma.Stars si è considerati delle persone e non dei numeri. Di carattere sono molto decisa, quando mi piace una cosa mi butto a capofitto: non ho avuto il minimo dubbio su questo lavoro e ho iniziato a dedicarmici subito a tempo pieno». Carla inizia a coinvolgere amici e parenti: parla loro dei

A un incontro Fi.Ma.Star con alcuni prodotti

prodotti Fi.Ma.Stars, di come funzionano e dei benefici che portano. Si innesca così il meccanismo del passaparola e Carla fa conoscere questo marchio a un numero crescente di persone. Dopo due anni da incaricata, è promossa al ruolo di capogruppo, quindi diventa responsabile. Oggi Carla gestisce gruppi di venditori in Brianza, Varese, Lecco, Como e Valsassina.

Carla mentre illustra le proprietà benefiche del baobab

«Affianco i nuovi incaricati, seguo i meeting mensili in cui si parla di aggiornamenti, promozioni e nuovi prodotti: nella nostra azienda il contatto personale è importante, non solo nei confronti dei clienti, ma anche nella rete vendita, per cui ci incontriamo almeno una volta al mese». Ma in cosa consiste il biomagnetismo? «È un'energia che proviene dalla terra e grazie ai magneti portiamo questa energia nei prodotti. Quando ne parlo coi clienti, l'impatto su

chi mi ascolta è forte, visto che si parla di prodotti per il benessere, non di beni futili o voluttuari. In genere, se nelle altre persone c'è disponibilità ad ascoltare, la reazione è positiva: il cliente è convinto dalla serietà dell'azienda e dalla qualità dei prodotti, di cui recepisce l'importanza. Ci sono anche degli studi che ne confermano le proprietà». Tra le linee principali di Fi.Ma.Stars ci sono quella dedicata al sonno, alla detergenza, all'equilibrio energetico, nutrizionale e alla cottura.

«Tra i prodotti più amati c'è il Kydos, un dispositivo che consente di magnetizzare l'acqua, facendole riprendere l'energia della terra e rendendo così superfluo l'uso di detersivi. Durante l'incontro con i clienti facciamo vedere come l'acqua acquisti potere pulente con la magnetizzazione: sporchiamo di grasso un vetro e dimostriamo che con l'acqua trattata con il magnete si riesce a pulire senza problemi. Piacciono molto l'olio magnetizzato, che contiene 5 componenti di erbe che danno sollievo quando c'è un dolore, le placche magnetiche, i sistemi per l'acqua del rubinetto, i sistemi di cottura e i prodotti a base di baobab, un frutto dalle proprietà incredibili». Rispetto a quando ha cominciato, vent'anni fa, Carla nota un crescente interesse per l'argomento: «Il merito è anche del fatto che negli anni la gamma di prodotti si è ampliata e oggi offre soluzioni per le più svariate necessità».

“

Consideravo i miei limiti una difficoltà, ora ho capito che posso superarli

## Gabriella Cacciola

Catania

Tupperware Italia

È una storia speciale sotto molti punti di vista quella di Gabriella Cacciola, 39 anni, da due anni in Tupperware, sorda fin dalla nascita. Superando molte difficoltà, con grinta e determinazione, è riuscita ad avere successo nel lavoro, senza per questo trascurare la famiglia che comprende, oltre al marito Giovanni, anche tre figlie Giulia, 16 anni, Aurora, 12, e Sofia, 5, tutte sorde e la più piccola affetta anche da sindrome di Down.

Gabriella organizza incontri culinari Tupperware per non udenti, utilizzando la lingua dei segni: una nicchia spesso trascurata, anche se si stima che in Italia i sordomuti siano circa 60mila. Gabriella si occupa solo di Catania e provincia e, con spostamenti di 50-60 chilometri, riesce non solo a portare avanti egregiamente il proprio lavoro di vendita, ma anche a reclutare. Dopo un anno di attività è infatti stata promossa capogruppo ed è riuscita anche a centrare il traguardo per avere l'auto aziendale. «Amo Tupperware, per me è una vera e propria passione. Conosco i prodotti da sempre, li usava già mia madre e da bambina guardavo con curiosità questa signora che faceva le dimostrazioni a casa nostra: mi affascinavano i contenitori colorati che tirava fuori dalla borsa. Mai però avrei pensato che la vendita diretta potesse fare per me» commenta Gabriella.

Nata a Belpasso, in provincia di Catania, Gabriella frequenta un corso professionale che le dà la qualifica di operatore di sistema.

Quindi svolge qualche lavoretto, dai ricami alla confezione di bomboniere o fiori secchi, fino a quando, a 21 anni, decide di coronare il suo sogno d'amore sposando Giovanni, siciliano di Gela, anche lui sordo.

Poco dopo il matrimonio, Tupperware fa capolino timidamente nella sua vita: «A propormi un incontro è stata un'incaricata Tupperware, Maria, che conosce la lingua dei segni. Maria non solo mi aveva fatto conoscere i prodotti di nuova generazione per cucinare al forno e al microonde, ma mi aveva proposto anche di diventare venditrice.

Ci avevo provato per un paio di mesi, ma non era andata bene, forse ero io la prima a non credere davvero che sarei riuscita. Dopo

Gabriella con il marito Giovanni
e le figlie Aurora, Giulia e Sofia

poco sono rimasta incinta e da allora non ho più avuto molto tempo per pensare alla vendita diretta, presa com'ero dalla casa e dalla bimbe». Quando le figlie crescono, molte amiche le chiedono informazioni sui prodotti Tupperware che usava in cucina: «Spiegavo loro cos'erano e come funzionavano, così ho pensato che forse avrei potuto farlo diventare un lavoro. Ho contattato Maria e le ho proposto di riprovarci. Questa volta ero più determinata e convinta: dovevo riuscire a dimostrare prima di tutto a me stessa che ne ero capace».

Gabriella organizza il primo party a casa sua, invitando alcune amiche, ma è così emozionata che i prodotti le cadono dalle mani. Pian piano acquista sicurezza e organizza nuovi party nella cerchia di persone non udenti: «Cucinare è sempre stata la passione mia e di mio marito e grazie a Tupperware possiamo sbizzarrirci, inventando nuove ricette che poi realizziamo durante gli incontri culinari. La nostra forza è che non proponiamo solo il prodotto, ma lo utilizziamo

e lo facciamo vivere in un modo festoso: gli ospiti hanno così la possibilità di toccare con mano gli oggetti, di vedere come funzionano e di assaggiare quello che si può preparare. Con i clienti si instaura poi un rapporto di amicizia che si porta avanti con il tempo: su Facebook pubblico puntualmente nuove ricette, io e mio marito ci mettiamo grembiule e cappello da chef e ci sfidiamo a gare culinarie».

Tutta la famiglia sostiene da subito Gabriella in questa attività: «Mio marito è molto presente e spesso mi accompagna agli incontri, oppure sta a casa e si occupa delle bambine. Le mie figlie sono anche loro innamorate di Tupperware: una mi ha già detto che da grande vuole diventare incaricata anche lei». Gabriella ha dato l'opportunità ad altre persone di diventare incaricate, è stata promossa capogruppo ed ha avuto anche l'auto aziendale, che definisce "il coronamento di un sogno". «Per me questo è una gioia, più che un lavoro. Mi ha fatto guadagnare in molti sensi, non solo in quello economico che è comunque importante perché mio marito non lavora, ma anche morale, perché è stata una sfida che ho fatto con me stessa e ho vinto. Mi ha cambiato la vita in positivo: prima consideravo i miei limiti una difficoltà, ora invece ho capito che posso superarli e riuscire. C'è voluto coraggio per provare, ma anche per resistere alle difficoltà: oggi sono davvero soddisfatta della mia vita».

# La vendita diretta mi ha davvero cambiato la vita

## Davide Cappelletti

Erba (Como)

bofrost* Italia

Era un ragazzo timido e un po' impacciato che non sapeva bene cosa fare nella vita. Poi un giorno ha seguito il consiglio di un professore che gli suggeriva di provare la vendita porta a porta per superare i suoi timori. E la sua vita è cambiata: oggi è uno dei migliori promotori bofrost* d'Italia, lavora per un'azienda che gli piace e conduce una vita che ama.

«La vendita diretta mi ha davvero cambiato la vita. Quando ho iniziato, sette anni fa, ero un'altra persona: oggi sono più sicuro di me e delle mie capacità, so di far parte di un'azienda che crede in me e ho la consapevolezza che, se mi impegno, otterrò dei risultati». Parola di Davide Cappelletti, classe 1988 originario di Cantù che, dopo gli studi al liceo artistico, non aveva le idee molto chiare su cosa fare nella vita. «Lavoravo come operaio in un'azienda che faceva cucine. Quando non mi hanno rinnovato il contratto, ho iniziato a guardarmi intorno. Ho frequentato un corso di Comunicazione e Marketing dove ho conosciuto un insegnante che si è accorto delle mie difficoltà nel comunicare e mi ha consigliato di provare a lavorare per un breve periodo nella vendita porta a porta. "Suona i campanelli per qualche settimana -mi ha detto-. Vedrai che, anche se non vendi, imparerai a parlare"».

Terminato il corso, Davide legge su un quotidiano un annuncio di ricerca personale di bofrost* e va al colloquio: «Mi hanno proposto un lavoro come promoter. Mi sembrava molto interessante anche se, non essendoci un fisso al mese, mi lasciava un po' perplesso: dovevo pagare le rate dell'auto e mi chiedevo come avrei fatto se un mese non fossi riuscito a guadagnare niente. Poi mi sono ricordato del suggerimento del professore e ho deciso di provarci per una o due settimane. I primi giorni sono stato affiancato da una persona più esperta e ho scoperto che suonare i campanelli non era poi così male. I primi giorni da solo però è stato difficile: mi impappinavo e preferivo andarmene piuttosto che finire quello che dovevo dire. Suonavo 200 campanelli al giorno e riuscivo a fare solo una o due vendite. Piano piano ho capito dove sbagliavo e ho iniziato a crescere».

Al centro, con la maglietta bianca, Davide circondato dai suoi famigliari

Davide mentre partecipa
a un evento bofrost*

Quando ha iniziato, Davide era un ragazzino timido, oggi è un uomo a cui è stato riconosciuto un ruolo da leader, che guida un suo gruppo: «Posso davvero dire che questo lavoro mi ha cambiato la vita. Mi ha dato fiducia in me stesso e questo ha portato risultati non solo professionali. Sono più sicuro in generale, con gli amici e con le ragazze. All'inizio, quando mi trovavo con i miei amici, mi vergognavo a dire che vendevo surgelati porta a porta, mentre loro facevano tutti l'università. Oggi i ruoli si sono ribaltati: molti hanno lavori precari e poco pagati, mentre io lavoro ancora in bofrost*, guadagno bene e posso togliermi anche degli sfizi: l'anno scorso mi sono comprato il motoscafo».

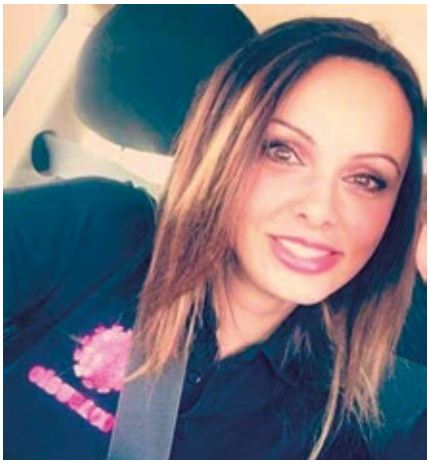
In sette anni, Davide ha accumulato parecchia esperienza: suona 200 campanelli al giorno, 1.000 alla settimane e 40mila all'anno. «C'è molto scetticismo nell'aprire a uno sconosciuto. Io la butto sulla simpatia: faccio una battuta, racconto una barzelletta… cerco un modo per rompere il ghiaccio e farmi ascoltare, se inizio con il classico approccio "Sono

Davide e vorrei proporle dei prodotti" so di avere poche speranze». Davide ha iniziato a fare il promoter nel 2009, quando questa figura è stata introdotta in bofrost*: oggi ce ne sono centinaia, ma lui è stato uno dei primi. «Sono passati sette anni di successi, in cui ho ottenuto grandi risultati personali e di gruppo: nell'anno commerciale 2014/2015 sono stato primo promoter d'Italia, l'anno successivo sono arrivato secondo. Giro spesso per l'Italia e sto via per diversi giorni, l'azienda organizza eventi in alcune città come Milano, Firenze e Torino. Come capogruppo seleziono le persone che devono lavorare con me e ho fatto numerosi colloqui: tanti sono giovani in cerca del primo lavoro, molti hanno perso il lavoro e cercano una nuova strada professionale».

Il lavoro nella vendita diretta è impegnativo: «Non è un mestiere facile, bisogna avere costanza tutto l'anno. Credo che uno dei miei meriti principali sia proprio la determinazione: io non mi fermo mai, anche quando c'è la neve o fa molto caldo. Ho visto molte persone iniziare con slancio e ottenere anche buoni risultati, ma basta poco per scoraggiarsi e andare via. Personalmente non capisco come si possa lasciare un'azienda come questa: è meritocratica e gli sforzi sono ripagati. Per quanto mi riguarda spero di crescere ancora: ho imparato molto, ma molto ho ancora da imparare. Questo lavoro ha saputo darmi una cosa che non ha prezzo: la fiducia, in me stesso e nel futuro».

“

Non pensavo che la vendita diretta facesse per me



## Consuelo Caredda

Oristano

Tupperware Italia

Bravura, fortuna o un insieme delle due cose. Sono gli ingredienti del successo di Consuelo Caredda, 34 anni, residente a Decimomannu vicino Cagliari, capogruppo top di Tupperware, azienda presente in Italia da 50 anni. «Non avrei mai pensato che la vendita diretta potesse fare per me o che sarebbe potuta entrare nella mia vita. I prodotti di questa azienda invece mi hanno convinta e così sono entrata in un mondo che non conoscevo e che mi ha conquistata, permettendo di realizzarmi professionalmente» dice Consuelo, che è in Tupperware dal 2013. Nata a Cagliari, Consuelo vive a Decimomannu, a una decina di chilometri dal capoluogo, con il marito e i due figli, Kevin 13 anni e Michele, 6. Da 14 anni Consuelo lavora part time nell'azienda della madre, che si occupa di pulizie nelle strutture sanitarie: «Lavoro soprattutto la sera, in quanto ci occupiamo della pulizia delle sale operatorie a fine giornata. Per questo durante il giorno mi resta un po' di tempo libero».

Un giorno un'amica le propone di partecipare a un atelier culinario di Tupperware: «Ho rifiutato perché non mi interessava e perché avevo sentito dire che i loro prodotti erano costosi. La mia amica però non si è data per vinta, ha insistito per quasi un anno. Alla fine mi ha chiesto di accom-

pagnarla a un'assemblea del lunedì nella concessionaria Tupperware di zona e ho accettato». Consuelo è entusiasta dell'atmosfera che trova e decide di approfondire la conoscenza del mondo Tupperware. Di certo non immagina che quello che ha iniziato un po' come gioco sarebbe diventata non solo un'opportunità di lavoro, ma anche di carriera. «I prodotti Tupperware mi hanno conquistato: mi sono piaciuti in particolare quelli per cucinare al microonde riso e pasta. Li ho comprati, ma mi hanno spiegato che avrei potuto riceverli in regalo organizzando altri atelier».

Consuelo prova a organizzare un incontro a casa sua con delle amiche per dimostrare come funzionano i prodotti Tupperware, ma le cose non vanno subito per il verso giusto: «Il primo atelier è andato male, è venuta solo una persona. In queste cose sono piuttosto timida e riservata, non mi sento particolarmente portata e inoltre non pensavo che avrei mai lavorato per Tupperware. Tuttavia ho deciso di non mollare, è stata un po' una sfida con me stessa. E il tempo mi ha dato ragione». Quello che

Consuelo con il marito

è iniziato come un passatempo, comincia a diventare qualcosa di più importante. Anche perché la famiglia di Consuelo attraversa un periodo difficile, in quanto il marito è disoccupato e fatica a trovare un nuovo impiego, così il contributo di Tupperware è sempre più importante.

Consuelo macina un successo dietro l'altro, tanto che a giugno 2014, grazie al suo entusiasmo e alla sua dedizione, diventa capogruppo. Un nuovo ruolo che, scopre un po' a sorpresa Consuelo, le si addice e le piace molto: oltre a organizzare atelier culinari, deve reclutare nuove persone. Consuelo acquista fiducia in se stessa e riesce a creare un gruppo molto affiatato, raggiungendo soddisfazioni sia morali sia economiche. In pochi mesi percepisce provvigioni interessanti e raggiunge addirittura l'obiettivo per l'auto aziendale. «Durante gli atelier la padrona di casa ha un ruolo determinante, deve invitare gli ospiti e metterli a proprio agio, poi mi affianca e aiuta nel lavoro, spiegandomi anche chi verrà, così capisco quali possono essere i prodotti di maggiore interesse. Agli incontri partecipano soprattut-

Consuelo durante una dimostrazione

to donne, un po' di tutte le età, ma a volte viene anche qualche marito e devo dire che sono i più bendisposti verso l'acquisto. Capita spesso che qualcuno, pur restando favorevolmente colpito dai prodotti, non abbia la possibilità di comprarli, così propongo di iniziare a lavorare per noi. Mi piace motivare le persone e incentivarle, ma anche vederle crescere e maturare. Molte delle mie incaricate sono diventate a loro volta capogruppo».

Grazie a questi risultati, in un solo anno di lavoro, a dicembre 2015 diventa capogruppo top. Gli obiettivi raggiunti le consentono anche di fare dei viaggi con il marito, in posti meravigliosi dove non avrebbe mai sognato di andare. Oggi Consuelo è una capogruppo top di successo e affermata, soddisfatta del proprio lavoro, senza rinunciare al ruolo di moglie e madre.

“

Sono molto fortunata a svolgere un lavoro soddisfacente sotto ogni punto di vista

## Rosaria Carrara

Bergamo

Fi.Ma.Stars

Quasi quarant'anni nella vendita diretta: prima una lunga carriera in una multinazionale della detergenza, poi la decisione di smettere per prendersi cura della madre malata, l'incontro con un'altra azienda della vendita diretta che propone soluzioni per il benessere, il miglioramento delle condizioni di salute della madre e la decisione di riprendere a lavorare proprio per questa realtà. È questa, in sintesi, la storia di Rosaria Carrara, bergamasca, che lavora per Fi.Ma.Stars, azienda che produce e distribuisce con la vendita diretta prodotti biomagnetici e magnetizzati con sistemi brevettati, proponendo soluzioni per il benessere a 360 gradi.

Nata ad Albino, in Val Seriana, sessant'anni fa, Rosaria oggi abita a San Paolo D'Argon, sempre in provincia di Bergamo, in un'abitazione vicina alla figlia Sabina, che è sposata e ha due figli, Michele di 17 anni e Melissa di 15. Il mondo della vendita diretta fa parte della vita di Rosaria da quando aveva 22 anni: «È successo quasi per caso: la fabbrica in cui lavoravo mi aveva messo in cassa integrazione ed ero in attesa della ripresa. Una cugina aveva da poco cominciato a lavorare per una prestigiosa azienda multinazionale del settore della detergenza e mi ha coinvolto, dicendo

che necessitava di un aiuto momentaneo. Ho provato, ma non pensavo che sarebbe diventata un'occupazione a tempo pieno. Invece ho scoperto che mi piaceva e mi riusciva anche bene: dopo due anni da incaricata sono stata promossa capo gruppo, ruolo che ho rivestito per 9 anni, e poi sono diventata manager».

Rosaria a un incontro di Fi.Ma.Stars

Attorno al 2000, Rosaria smette di lavorare per dedicarsi alla cura della madre ottantenne. «Ho conosciuto Fi.Ma.Stars proprio per via della malattia della mamma: un giorno, nello studio del medico, c'era una brochure in cui si parlava di magnetismo, così ho deciso di contattarli per saperne di più. Tra i collaboratori c'era una mia ex collega, che mi ha fatto conoscere un'azienda molto diversa, nella filosofia e nelle finalità, rispetto a quella dove avevo lavorato. Vista la mia esperienza precedente nella vendita diretta, mi ha fatto una proposta di lavoro, ma ho rifiutato in quanto dovevo occuparmi di mia madre. La mia collega ha così convinto mia figlia a collaborare con Fi.Ma.Stars e lei ha accettato con entusiasmo, dato che nel frattempo avevamo iniziato a utilizzare i prodotti

con risultati sorprendenti. La mamma ha ottenuto dei benefici utilizzando le placche e l'olio magnetizzato, così abbiamo introdotto anche gli elementi magnetici per il riposo riscontrando un netto miglioramento. È riuscita a spegnere 90 candeline». Quando la mamma inizia a star bene, viene meno la ragione per cui Rosaria aveva smesso di lavorare e così decide di riprendere: «Visti i benefici eccezionali che avevo avuto, mi è sembrato giusto lavorare con quell'azienda, per far conoscere a più persone possibili il magnetismo. In parole semplici, il magnetismo favorisce l'equilibrio energetico dell'organismo. E quando il corpo è in equilibrio energetico migliora lo stato di benessere, in quanto ha più capacità di difesa».

Rosaria ricomincia così a lavorare nella vendita diretta nel 2000, questa volta per Fi.Ma.Stars: «Quando si hanno esperienze personali positive è normale volerle condividere con parenti e amici. Anch'io ho iniziato coinvolgendo le persone a me più vicine che, a loro volta, hanno coinvolto altre persone». Qual è la reazione della gente quando si parla di magnetismo? «Quando non si conosce l'argomento l'atteggiamento iniziale è scettico, ma cambia presto

Rosaria in compagnia della sua famiglia

con le dimostrazione pratiche e la prova dei prodotti, tanto che poi si fa a gara per decidere chi ospiterà l'incontro successivo. Il mio lavoro è far riflettere le persone sull'importanza che il benessere ha nella propria vita, porto informazioni su come migliorarla specialmente facendo prevenzione». L'azienda abbraccia a 360 gradi tutti gli ambiti legati al benessere, da quello delle persone alla cura dell'ambiente. I prodotti spaziano dalle placche magnetiche, ai prodotti per l'igiene del corpo a base di aloe vera con certificazione biologica, per arrivare al magnete che energizza l'acqua evitando così l'utilizzo di detersivi e detergenti.

Anche in Fi.Ma.Stars Rosaria ha una posizione di rilievo e si occupa di formazione: «Da circa 4 anni seguo i nuovi incaricati in tutta Italia. Il nostro approccio è molto pratico, crediamo che più che le parole serva la pratica. Per questo quando un nuovo collaboratore inizia a lavorare con noi, organizza a casa sua un incontro con le persone più vicine e da lì si mette in moto il meccanismo, che ha successo perché l'obiettivo è l'informazione: non presento un prodotto, ma motivo le persone ad aver cura di sé e della famiglia facendo prevenzione. Ha successo perché il sistema operativo, così come il prodotto, sono straordinari. Ha successo perché ogni persona vuole offrire tutto questo ad altri. Le prime dimostrazioni le faccio io, poi seguo e aiuto il nuovo collaboratore a diventare autonomo. Ovvio che questo è solo l'inizio perché poi l'azienda procede con addestramenti continui. Anche se sono già in pensione, per me questo lavoro è una passione che non mi consente ancora di fermarmi totalmente. Le gratificazioni anche da parte dei clienti sono tali da regalarmi gioie continue. Penso di essere stata molto fortunata ad aver svolto nella mia vita un lavoro soddisfacente sotto ogni punto di vista».

# Non ho orari: ora sono padrone del mio tempo

## Michele Cauzzi

Cremona

CartOrange

«Prima mi sentivo uno schiavo, oggi sono padrone della mia vita». È con una frase breve e incisiva che Michele Cauzzi, trentenne di Cremona, sintetizza il cambiamento che è avvenuto da un anno e mezzo a questa parte. Da quando, cioè, ha deciso di lasciare il lavoro a tempo indeterminato come vicedirettore in un negozio di abbigliamento sportivo per diventare consulente di viaggio CartOrange.

«Ho sempre amato i viaggi e cercavo una professione in cui occuparmene a tempo pieno - racconta Michele -. CartOrange e la sua formula di viaggi costruiti su misura mi hanno conquistato: oggi sono diventato imprenditore di me stesso e svolgo un lavoro che amo. Ogni giorno è diverso dal precedente, incontro tante persone e vivo esperienze nuove e inaspettate. Certo, non è stato facile, soprattutto all'inizio: ho dovuto imparare una professione nuova, farmi conoscere e acquisire la fiducia delle persone, ma io amo le sfide. Sono tutti ostacoli che con impegno, determinazione e buona volontà si possono affrontare e superare con successo». Cominciamo dall'inizio. Dopo il diploma in perito agrario, Michele fa un'esperienza come ragazzo alla pari in Gran Bretagna, quindi torna

in Italia e inizia a lavorare da commesso in un negozio di abbigliamento sportivo a Cremona. Ci resterà per nove anni: è bravo, professionale, ci sa fare con i clienti ed è promosso vice direttore del negozio. Un traguardo importante, anche se è insoddisfatto: «A parte lo stipendio, quel lavoro non mi lasciava altro. Stavo in negozio da mattino fino a sera, week end e festività incluse. Essendo in un centro commerciale, c'erano giorni in cui non vedevo neanche il sole. Nell'ultimo periodo ero stanco, volevo cambiare vita e così ho iniziato a guardarmi intorno».

Il sogno di Michele è lavorare nel turismo: «Ho avuto la fortuna di poter viaggiare molto e mi sarebbe piaciuto lavorare in questo settore. La prima cosa a cui avevo pensato era aprire un'agenzia di viaggi: non ero però convinto che quello sarebbe stato l'investimento giusto, anche perché a Cremona di agenzie viaggio ce n'erano già tante e molte chiudevano i battenti. Poi tra gli annunci di lavoro ho trovato quello di CartOrange che cercava consulenti di viaggio. Ho cercato informazioni

Michele insieme con una coppia che sta pianificando la luna di miele

Michele, primo a destra,
in vacanza con la famiglia

sull'azienda e su questa professione, che non conoscevo, poi ho mandato il curriculum e sono stato chiamato a Milano per il colloquio e sono stato selezionato. All'inizio ero titubante: si trattava di fare un salto nel buio rinunciando a un contratto a tempo indeterminato, ma ho deciso di provarci».

Michele si butta a capofitto nel nuovo lavoro: vuole imparare e conoscere il più possibile della nuova professione. «Ho studiato le destinazioni, partecipavo agli eventi organizzati dai tour operator, ai corsi di formazione CartOrange e alle iniziative degli enti del turismo» racconta. Ma come funziona la professione? «Il consulente di viaggio incontra i clienti a casa negli orari che sono più comodi per loro, quindi la sera o i week end. Quello che fa la differenza è la qualità del servizio: si ascoltano i clienti e i loro desideri e si cerca di soddisfarli». I clienti che si rivolgono al consulente di viaggio sono vari: si va da quelli che non hanno problemi di budget a chi invece vuole soluzioni low cost ma di qualità. «Organizzo sia viaggi su misura personalizzati in base ai gusti ai clienti sia la settimana al mare in villaggio. Mi è capitato di mettere a punto un tour a New York di 10 giorni con escursio-

ni su misura, cena in elicottero e yacht. Ieri sera invece ho incontrato tre ragazze che cercavano una soluzione mare per la settimana di Ferragosto con un budget di 7-800 euro e venivano da un'esperienza deludente da un'agenzia tradizionale dove, dopo mezz'ora di tentativi, sono state mandate via senza neanche una proposta valida. Ora devono scegliere tra Baleari, Grecia, Lampedusa e Costa del Sol».

Anche adesso, Michele lavora sodo: «Non ho orari, mi capita di incontrare i clienti la sera o il week end, ma rispetto alla mia vita di prima non ci sono paragoni. Ora sono io a decidere cosa fare: quando lavoravo in negozio mi capitava di stare giorni senza fare niente ad aspettare i clienti, ora invece sono padrone del mio tempo, so che se non lavoro non guadagno, ma basta organizzarsi». Michele è stato il primo consulente di viaggio a Cremona, quindi ha dovuto vincere qualche diffidenza iniziale. «Ma chi ha provato a viaggiare con me è tornato quasi sempre o mi ha consigliato a conoscenti o amici. Questa è per me la conferma migliore di aver fatto un buon lavoro. E di essere sulla strada giusta».

“

## Fa piacere la fiducia di chi compra e ti chiede consigli

## Francesca Cereda

### Como

### Avon Cosmetics

Se qualcuno guardasse ancora alla vendita diretta come a un dinosauro miracolosamente sopravvissuto ai mall e all'e-commerce si prenda un attimo per dare un'occhiata alla pagina Facebook di Francesca Cereda (Avon Francesca, Como) per ricredersi. La vetrina virtuale del social media aumenta la potenza di fuoco di una modalità di vendita che, sull'interazione venditore – cliente, vive e prospera dalla notte dei tempi. Comasca di origine, 25 anni e in Avon da cinque, Francesca offre un'ulteriore dimostrazione delle possibilità di organizzazione del lavoro nella vendita diretta. Studentessa universitaria di Medicina e Chirurgia, segue al mattino il tirocinio in ospedali e cliniche di Milano, studia e, al ritorno a casa, si dedica ad Avon. Non a tempo perso, visti i risultati: Francesca, infatti, entrata come normale presentatrice, è oggi socia.

«Terminato il liceo scientifico, mi sono iscritta a Medicina; oggi l'università non costa poco e ho pensato di guadagnare qualcosa abbinando utile e dilettevole. I cosmetici mi sono sempre piaciuti, perché non trasformare il mio interesse in lavoro? I risultati sono arrivati: con i soldi guadagnati ho comperato libri di testo e abbonamento ai mezzi. E in più

mi diverto». Conosceva già Avon? «Mia nonna e mia madre conoscevano già i prodotti dell'azienda, ma non c'era mai stata alcuna venditrice in famiglia prima». Qual è stata in casa la reazione alla sua idea di provare la vendita diretta? «Di grande apertura: prova –mi hanno detto– e vediamo cosa riesci a fare. Oggi succede che mia madre mi segua nei party». Il primo contatto con Avon? «Ho trovato un'inserzione, ho chiesto di essere contattata, quindi ho incontrato Arianna, che è ancora oggi la mia responsabile».

La pagina Facebook di Francesca ha più di 4mila 100 persone; è stata una sua idea utilizzare il social network per l'attività di vendita o l'azienda ha spinto in questa direzione? «Ho creato la pagina di mia spontanea volontà, l'azienda mi mette a disposizione i cataloghi e alcuni link da condividere, io scatto molte delle foto che pubblico. È lo spazio con cui comunico le proposte di ogni campagna, dove ricevo feedback dalle clienti e dai follower e dove ribatto le notizie che

Francesca in un party

si danno sui cosmetici di Avon». Scorrendo la pagina di Francesca è evidente la dimestichezza con il mezzo Facebook: pubblicazione costante di post, puntualità nell'informazione sulle proposte e sulle campagne in arrivo, tempestività nel riferire le recensioni dei prodotti pubblicate sulla stampa specializzata, socializzazione delle esperienze come consumatrice delle novità Avon.

Francesca con i genitori

La vendita diretta in accoppiata con la comunicazione dai social media funziona? «Se devo guardare ai miei risultati devo dire di sì; i social network, se opportunamente utilizzati, possono essere complementari con le modalità classiche della vendita diretta. Con il lavoro su Facebook io preparo il terreno per le riunioni in cui dimostro e vendo; quest'ultimo è un momento insostituibile, è quello che permette di vedere e provare direttamente la bontà dei prodotti, oltre che di intrecciare conoscenze con altre persone; i social possono tenere vivi questi rapporti, mantengono attivo e costante il flusso di comunicazioni che potrebbe interrompersi fra un party e l'altro».
Video, foto, link diventano quindi argomenti per parlare a distanza

in qualsiasi momento e il giro di contatti si amplia. «La motivazione e l'entusiasmo sono fra i motori della vendita diretta: dai commenti soddisfatti delle clienti traggo energia e passione per continuare il lavoro. Fa sempre piacere guadagnarsi la fiducia di chi compra, persone che tornano a servirsi da te e ti chiedono consigli. È una sensazione che provo quando organizzo party in un bar di fiducia e ho il riscontro diretto con le clienti: spesso un complimento è una spinta importante per proseguire con più entusiasmo quello che si sta facendo».

E poi ci sono le gratificazioni da parte dell'azienda. «Grazie ai miei risultati ho preso parte per due volte al galà delle socie: è un momento coinvolgente che dà una grande carica per fare sempre meglio». È l'unica studentessa che faccia un lavoro di questi tipo? «Sì, che io sappia. Ne ho parlato con delle compagne, che si sono incuriosite e sono andate a visitare la mia pagina, ma niente di più. Alla fine la diffidenza vince sulla voglia di mettersi in gioco». Eppure il "gioco" è divertente, oltre che utile.

“

Se mi chiedessero di cambiare lavoro, risponderei di no

## Angela Chinnici

Agrigento

Dalmesse Italia

È cominciato come un modo per stare con le amiche, è diventato un lavoro che l'ha realizzata e che non cambierebbe per nulla al mondo. La storia di Angela Chinnici, 55 enne di Agrigento, con la vendita diretta è cominciata quasi trent'anni fa; tante le aziende che ha conosciuto prima di trovare quella che, da tredici anni, è la sua azienda, Dalmesse Italia.

Una volta conseguito il diploma di ragioneria, Angela comincia a lavorare come segretaria , inizia l'università, poi conosce l'uomo che sposerà e da cui ha due figli. Resta a casa a fare la mamma finché, un giorno, un'amica le propone di provare a lavorare per un'azienda di vendita diretta che si occupa di prodotti detergenti. «Avevo 26 anni -ricorda- e lì cominciò il mio viaggio nella vendita diretta; ero molto giovane e non lo consideravo ancora un lavoro, ma un modo per socializzare e stare con amiche e conoscenti». Il primo è stato un contatto molto morbido; lei non ha avuto alcuna resistenza quando le hanno proposto di provare? «No, io acquistavo, anche se non regolarmente, alcuni prodotti di aziende della vendita diretta; non pensavo certo che poi sarebbe diventato il mio lavoro». Quando è diventata una cosa seria? «Ho avuto modo di conoscere una direttrice di un'importante realtà della vendita diretta, che mi ha pro-

posto di entrare in azienda: io non me la sono sentita, da un lato perché ero troppo giovane, dall'altro perché i prodotti non mi convincevano, ma probabilmente lei aveva visto delle qualità in me che io non sapevo ancora di avere».

Restando però sempre nella vendita diretta. «Sì, ma sempre con molto spirito critico: ho conosciuto realtà importanti che non mi hanno convinto perché alle loro riunioni c'era un'euforia eccessiva. Sono stati significative le due esperienze successive, per un'azienda di maglieria e, poi, dal 1991, per una di intimo, che è durata ben 13 anni. Lì io che, da ragioniera, avevo fatto vari concorsi negli enti pubblici senza alcun risultato, ho accettato molto volentieri di entrare perché il prodotto mi era subito piaciuto. Sono diventata rapidamente capogruppo e poi responsabile di zona». E Dalmesse Italia quando è arrivata? «Nell'azienda in cui lavoravo erano cambiate molte cose e io, come tante colleghe, non mi trovavo più bene come prima. Sono stata contattata dal-

Angela durante una premiazione

la responsabile di zona di Dalmesse Italia: la sua proposta mi era parsa convincente». Decisione presa? «Curiosamente all'inizio dell'anno erano in programma sia il convegno dell'azienda per cui lavoravo sia quello di Dalmesse Italia: ero a un bivio, non mi è mai piaciuto tenere il piede in due scarpe e ho scelto di andare all'incontro di Dalmesse Italia».

Ha dovuto ricominciare da capo? «No, l'azienda ha considerato la posizione e la professionalità che avevo maturato nell'altra realtà; inoltre ho portato con me alcune persone, insoddisfatte di come andavano le cose e motivate a seguirmi nella nuova avventura. Sono rimasta inquadrata, quindi, come responsabile di zona». Ha avuto da subito la sensazione che fosse l'azienda della sua vita? «Era esattamente quello che avevo cercato anche nell'azienda precedente; purtroppo, negli anni, ci sono stati cambiamenti che mi hanno portato a lasciare. Adesso che sono arrivata a tredici anni in Dalmesse Italia posso dire che, se qualcuno mi chiedesse di cambiare, risponderei di no senza alcuna esitazione. Trovo che il lavoro che faccio sia il più bello, che sia una professione in grado di darmi grandi soddisfazioni sia

Angela con i due figli e il marito

morali sia economiche. Ma, a parte i tanti successi e le tante gratificazioni ricevute, la cosa più bella è la consapevolezza di far parte di un'azienda in cui l'umanità e l'etica sono veramente i valori fondamentali».

Dove è arrivata con Dalmesse Italia? «Oggi sono responsabile di area con competenza sulla Sicilia occidentale e su una parte della Puglia e gestisco oltre cinquecento persone che operano in undici zone. Ma più di tutto Dalmesse Italia mi ha dato l'opportunità di conoscere tante persone e di imparare a relazionarmi, di girare il mondo e di crescere come persona a livello professionale, culturale e caratteriale». Come è visto il suo lavoro in famiglia? «La famiglia mi ha sempre appoggiato; mio marito, che è impiegato comunale, aveva fatto da tramite per l'ingresso nell'azienda in cui lavoravo prima; i miei due figli hanno sempre apprezzato quello che faccio. Del resto è stato anche grazie al mio lavoro che hanno potuto studiare fuori sede, laurearsi e realizzare il sogno di diventare, rispettivamente, biologa e ingegnere. Mi credete quando dico di sentirmi realizzata?».

“

Continuo ad avere soddisfazioni.
Di più non potrei chiedere

## Erminia Ciampi

Summonte (Avellino)

Jafra Cosmetics

Che il cielo sopra le nuvole fosse veramente blu l'ha scoperto a 36 anni. Il suo primo volo in aereo, infatti, è stato per raggiungere Milano, chiamata da Luca Bianchi, direttore generale e presidente CdA Jafra Cosmetics. Era il primo aprile, ma non si trattava di uno scherzo, perché, a Erminia Ciampi, Jafra ha messo le ali per davvero. 44 anni, di Avellino, Erminia si è diplomata ragioniera, ma non ha atteso il proverbiale pezzo di carta per lavorare. «Mio padre aveva una fabbrica di scarpe e io, negli anni di ragioneria, ho cominciato a lavorarci per guadagnare qualcosa e ho continuato una volta diplomata -ricorda-. Sono diventata amministratrice e ho lasciato quando mi sono sposata. Non che il lavoro non mi piacesse, ma il mio sogno era di fare la moglie e la madre, di dedicarmi completamente alla famiglia. Ho avuto due figlie, ero una donna felice, poi è arrivato l'evento traumatico: mio marito mi ha lasciata». Tutto da rifare, dunque.

«Quello che mi ferì fu una frase: rimboccati le maniche e guadagnati il pane. Sono caduta in una crisi profondissima; sola con due figlie piccole e pochi mezzi». Quello che si dice toccare il fondo. «Una vicina di casa mi ha fatto conoscere Jafra, ma io, che avevo assistito a delle dimostrazioni

in casa di mia madre, ero sospettosa e diffidente verso la vendita diretta; non mi piaceva l'insistenza. Ricordo di aver partecipato a un meeting a Benevento e continuavo a non volerne sapere; io so soltanto che la crema si mette sul viso –mi ricordo di aver detto–, come posso vendere i cosmetici?» Però non aveva alternativa.

«Vivo in un paese piccolo, Summonte, dove tutti sanno tutto di tutti; uscivo in strada e la gente mi chiedeva cosa fosse successo. Io raccontavo la verità, perché è meglio dire le cose come stanno piuttosto che alimentare fantasie. Raccontavo la mia storia e cominciavo a vendere i primi prodotti». Un inizio difficile. «Difficile per la condizione in cui mi trovavo nell'ottobre 2005, non per le vendite che –mi hanno detto in azienda– sono andate subito alla grande. Non riuscivo a credere che cominciassero ad arrivare i soldi. Li contavo: 10 euro, poi 20, 50. Quando ho avuto abbastanza soldi ho fatto l'assicurazione sulla vita. Ma la cosa fondamentale è che crescesse la mia autostima. Mi gratificava

Erminia con alcune clienti in una dimostrazione

incontrare la gente e capire che mi voleva bene. E poi mio marito, che ha cominciato a vedere in me una persona diversa, è tornato. Siamo tornati a vivere insieme e il matrimonio funziona meglio di prima». Nel frattempo le due figlie sono diventate grandi. «Adesso hanno, rispettivamente, 17 anni e mezzo e 16; sono cresciute con me, che però non potevo più dedicarmi a loro a tempo pieno. Per bilanciare casa e lavoro ho sfruttato la flessibilità della vendita diretta e, grazie all'appoggio della mia famiglia, ho potuto seguire i corsi di formazione. E quando hai la possibilità di gestire il tuo tempo riesci a valorizzare meglio ogni istante, a viverlo con più pienezza».

Erminia con le due figlie e il marito

Dov'è arrivata adesso in Jafra? «Ho cominciato come "amica della bellezza", poi sono diventata consulente, capo gruppo e adesso responsabile d'area per le città e le province di Napoli e Avellino. A essere sincera considero il mio impegno in Jafra più una missione che un lavoro». E i risultati arrivano comunque? «Prima di ogni cosa io incontro, da persona, altre persone; si parla, spesso le donne mi confidano cose non dette neppure a

persone molto più vicine a loro. Mi trovo spesso davanti a persone che hanno i problemi che ho avuto io; io ne sono uscita e suggerisco come uscirne a loro volta. La vendita viene dopo, ma viene, perché –come mi ha spiegato il direttore Bianchi– alle persone puoi vendere tutto quando capiscono che sei sincera con loro». E lei lo è, evidentemente. «Io ho trovato la forza nelle difficoltà e, adesso, mi sembra di aver toccato il cielo con un dito. Ho avuto e continuo ad avere grandi soddisfazioni. Di più non potrei davvero chiedere».

Più che chiedere, infatti, lei sembra voler dare: cosa le rispondono quando offre la possibilità di entrare in azienda? «Io parlo sempre dell'opportunità di lavorare con Jafra, che a me ha cambiato la vita, ma, in generale, la gente continua a intendere il lavoro come un posto dietro la scrivania con uno stipendio fisso. Ho delle compagne di scuola che aspettano ancora il posto della loro vita e mi dicono: sei stata fortunata. Non è così, ma lascio perdere: è una mentalità dura da scalfire. Per me, invece, è più semplice vendere, tanto che quando entro in casa per una dimostrazione, spesso, catturo anche l'attenzione dei bambini. Roba da non credere -mi dicono-, ma del resto perfino mia madre non si capacita ancora che ce l'abbia fatta».

“

Se la giornata è stata difficile, con una dimostrazione dimentico tutto

## Anna De Felice

Fano (Pesaro e Urbino)

Vorwerk Bimby

Da casalinga modello, è diventata una delle migliori incaricate alla vendita di Bimby. È la storia di Anna De Felice, 55 anni, che in 8 anni di lavoro in Vorwerk Bimby ha collezionato innumerevoli premi, riconoscimenti e gratificazioni. Anna, che è originaria di Casagiove, provincia di Caserta, da anni vive a Fano, nelle Marche, dove si è trasferita nel 1991 per motivi legati al lavoro del marito. Anna è mamma di due bambini e si dedica a tempo pieno a casa e famiglia. La sua vita cambia il giorno che sulla sua strada incontra il Bimby, il "magico" robot che aiuta a cucinare: prima diventa suo alleato nella preparazione dei pasti, dopo nel lavoro. «Conoscevo già il prodotto, nella zona da cui provengo lo hanno praticamente tutti. Mia sorella l'aveva già comprato prima di me, io invece quel giorno non ero andata alla dimostrazione e non l'avevo acquistato. Poi mi sono trasferita e non ci ho più pensato fino a quando un'amica mi ha proposto di partecipare a una dimostrazione».

Con il Bimby è amore a prima vista: «Ho iniziato a usarlo ogni giorno per preparare impasti, sughi, risotti. Cucinare mi è sempre piaciuto, ma lo facevo in modo tradizionale, come mi avevano insegnato. Con il Bimby mi si è aperto un mondo nuovo, avevo molto fantasia nel realizzare ricette e

piatti. Ogni volta che invitavo qualcuno a pranzo era un successo: ero una brava padrona di casa, preparavo ricette sfiziose che stupivano ogni volta gli invitati, tanto che le mie amiche hanno tutte comprato il Bimby».

Anna diventa amica dell'incaricata che le ha venduto il Bimby, la chiama ogni volta che ha un dubbio o una curiosità sul funzionamento del prodotto: «Grazie a questo aiuto ho imparato ad apprezzare ancora di più questo elettrodomestico, per questo dico sempre ai miei clienti di chiamarmi quando hanno qualche difficoltà, e un piccolo aiuto può davvero fare la differenza». Nel frattempo l'incaricata di riferimento diventa team leader e propone ad Anna, che è una cuoca così brava, di diventare incaricata a sua volta. In Anna si affacciano molti dubbi, ha 47 anni e una routine consolidata, anche se la prospettiva di questo lavoro la stuzzica: «Così sono andata a un incontro dove mi hanno spiegato il lavoro che avrei dovuto svolgere, e poi ho fatto la prima dimostrazione che è stata, come

Anna con una sua creazione culinaria

succede di solito, a casa di un'amica. È stato un fiasco totale: è durata 5 ore, mi vergognavo ed ero impacciata. Così ho chiamato la mia incaricata e le ho detto che questa strada non faceva per me. Lei mi ha consigliato di non mollare: a quel punto è diventata una sfida con me stessa. Ci ho riprovato ed è andata sempre meglio».

Grazie al passaparola, Anna inizia a lavorare, è solare, gentile e perseverante, ma soprattutto ama il suo lavoro e riesce a trasmettere la sua passione: «Anche se ho avuto una giornata difficile, quando faccio la dimostrazione mi dimentico di tutto». All'inizio Anna fa circa tre dimostrazioni alla settimana, riuscendo così a conciliare il lavoro con la famiglia. Poi i figli crescono e diventano sempre più autonomi: la maggiore, Rosa, vuole diventare medico, il più piccolo, Danilo, studia per diventare geometra. Anna ha più tempo da dedicare al lavoro e infatti, dopo qualche anno, sceglie di diventare incaricata Top, ruolo che comporta un impegno sicuramente maggiore, ma che le regala anche tante soddisfazioni: «Sono stata tra le migliori Incaricate alla vendita d'Italia, ho

Anna con il marito e i figli il giorno della laurea di Rosa

vinto diversi premi e fatto anche dei viaggi grazie all'azienda: per me è stato davvero gratificante».

Un anno e mezzo fa è di nuovo promossa, questa volta a team leader. «Ho più responsabilità, ma sto dando il massimo e spero di riuscire al meglio. Partecipo a riunioni a casa e in ufficio a Fano, faccio dimostrazioni e una volta al mese organizziamo dei corsi di cucina per i clienti. Da diversi mesi poi abbiamo i Bimby Day, delle giornate a temi particolari, come il Natale, la Pasqua o l'estate». Ora l'impegno è a tempo pieno, anche perché dal punto di vista familiare la situazione è un po' cambiata: «I figli sono cresciuti e si sono trasferiti altrove: Danilo ha 24 anni è geometra e vive a Torino, mia figlia Rosa, 29, si è trasferita a Bologna e si sta specializzando per diventare anestesista. Adesso il lavoro mi serve anche per riempire le giornate: lo amo, mi dà tante soddisfazioni. Conosco tanta gente, il mio telefono squilla sempre e molte clienti sono diventate amiche». E il marito? «È contento del mio lavoro e dei riconoscimenti che ho avuto. Solo che adesso ho molto meno tempo per stare a casa e cucinare. Spesso rincaso dopo di lui e trovo già la cena pronta: la prepara lui con il Bimby».

“

La vendita diretta è un lavoro che più lo fai e più ti piace

## Daniela Donazzan

Valdagno (Vicenza)

Witt Italia

Non tornerebbe più al lavoro d'impiegata che ha fatto per quasi vent'anni, dal diploma di segretaria d'azienda a quando, con due figli piccoli, ha rinunciato all'ufficio. Daniela Donazzan, vicentina di Valdagno, anni cinquantasei, è così convinta della sua scelta da dire: «smetterò il giorno in cui non avrò più fiato, perché la vendita diretta è un lavoro che più lo fai e più ti piace». Dopo la licenza superiore Daniela comincia a lavorare come segretaria in un centro meccanografico; si occupa di inserire e verificare gli ordini. Dopo 7-8 anni passa in una importante catena di articoli di arredamento; la mansione è sempre quella di segretaria dal lunedì al venerdì, il sabato, invece, sta a diretto contatto con la clientela. Si trasferisce e passa, sempre come segretaria addetta ai contatti con la clientela, a un'azienda di cavi elettrici. Nascono due figli e matura la scelta di restare a casa. Ma il proposito di fare la casalinga dura poco.

«Non sono proprio il tipo di donna che resta a casa. Lavorare mi piaceva, nel 2000 ho conosciuto Witt e io ho avuto subito chiaro che si trattasse di un'azienda seria, trasparente, che mantiene sempre quello che promette». Il punto è trasferire questa sua convinzione agli altri. «Gli inizi

dell'attività, come accade quasi sempre, sono stati con i parenti e la cerchia dei conoscenti. Alla dimostrazione dei prodotti dicevo loro semplicemente: provateli, come ho fatto io. Non c'è modo migliore per verificarne la bontà. Chi ha seguito il mio consiglio e li ha provati è rimasto soddisfatto. Chi compera un prodotto Witt lo riacquista e la fidelizzazione è fatta». Fin troppo facile con un prodotto così. «Il punto è trasmettere qualcosa in più rispetto alle informazioni tecniche; è comunicare uno stile di vita basato sul benessere della persona e l'attenzione all'ambiente. Questo è l'aspetto del lavoro che mi interessa di più; convincere altre persone non soltanto ad acquistare, ma a diventare a loro volta venditori». Un'attività che, da capogruppo, le riesce benissimo.

Daniela con il suo gruppo, seconda da sinistra in alto

«Al momento ho un centinaio di clienti diretti e una settantina di consulenti. Fare entrare altre persone in azienda è la cosa che mi appassiona di più; significa far condividere una visione del mondo e un modo di agire orientati alla cura delle persone e al rispetto della natura. Io ho

sentito subito miei questi valori ed è da questo che discendono i buoni risultati». Che nell'ultimo anno dicono di un fatturato triplicato per il suo gruppo. «Il lavoro di reclutamento, se svolto bene, paga. Va detto che è l'organizzazione di Witt a creare le occasioni per introdursi al meglio in azienda e per lavorare al meglio. Le serate informative che abbiamo con clienti e collaboratori sono una vetrina non soltanto sui prodotti ma in senso lato sulla nostra salute; dimostrano, quindi, meglio di ogni discorso l'impegno dell'azienda. Sono occasioni continue di professionalizzazione, indispensabili per proporsi sul mercato con competenza. Se presentiamo prodotti solari, spieghiamo gli effetti dell'esposizione al sole sulla pelle, parliamo di vitamina D; diamo consigli sull'utilizzo. Quello che mi gratifica di più è seguire la crescita professionale dei collaboratori; partono a volte da zero e arrivano a ottenere grandi risultati. Dimostrano le proprie capacità e la capacità di migliorarsi continuamente».

Daniela con la sua famiglia

Un sistema competitivo? «La proposta che faccio per reclutare collaboratori Witt è un vero e proprio invito che rivolgo alle clienti; provate anche voi, non costa nulla. È un'attività che potete gestire sulla base delle vostre disponibilità, che vi potete cucire addosso su misura. Potete

far fruttare momenti vuoti delle vostre giornate svolgendo un'attività divertente, che motiva, di relazioni e che offre possibilità di guadagno. Non faccio alcun tipo di pressione; le persone devono essere convinte. E devo dire che, dopo aver provato, si convincono». Lei, dopo sedici anni, sembra sempre più convinta. «Mi sembra naturale: ho avuto esperienze di altri lavori, sono entrata dedicando inizialmente il tempo che potevo, mi sono appassionata e adesso lo propongo come lo hanno proposto a me. Le persone capiscono subito che tipo di azienda hanno alle spalle: un'azienda cui importa che il suo prodotto sia conosciuto e cui importa moltissimo di loro. Gli incontri con il direttore tecnico Gloria Giussani fanno acquisire professionalità, danno sicurezza e, insieme, una grande carica. Io sono veramente convinta, con il mio lavoro, di fare qualcosa per gli altri».

# È un lavoro meritocratico: le gratificazioni non mancano

## Marta Fiorucci

Città di Castello (Perugia)

Jafra Cosmetics

Ogni scelta è una rinuncia: Marta Fiorucci ha lasciato la passione per la musica, avuta fin da piccola, per un lavoro nella vendita diretta, per Jafra Cosmetics, che non le ha lasciato rimpianti perché ha preso subito la piega giusta. Trentasei anni, umbra di Città di Castello, Marta dopo il diploma di tecnico della gestione aziendale comincia a lavorare come impiegata d'azienda. Prova altri lavori nel corso degli anni, da operaia a barista, da una mansione d'ufficio in un'assicurazione al canto, quella che, fino a poco più di tre anni fa sembrava essere la sua strada.

«Mi è sempre piaciuto cantare, l'ho fatto ai matrimoni, nei piano bar e in moltissime manifestazioni ed eventi. Cantavo di tutto, con una preferenza per il pop-rock, e stavo facendo dei piani seri in ambito musicale –ricorda Marta–; sono iscritta alla SIAE come autrice e ho collaborato con altri musicisti. Poco prima di lasciare, stavo lavorando a un progetto per realizzare un album». Cosa è successo nel frattempo? «Ho avuto modo di provare i prodotti tramite una consulente che conoscevo e senza che nessuno mi chiedesse nulla mi sono detta: perché no? Qualche giorno dopo ho telefonato a Jafra, ho fatto delle domande e mi sono convinta

a provare». Insolito che un candidato prenda l'iniziativa. «Erano in tanti a dirmi che la vendita diretta era un lavoro che faceva per me; io non ho mai dato troppo credito a quello che mi dicevano, ma alla prova dei fatti avevano ragione». Come sono stati gli inizi per una che non aveva mai avuto esperienza nella vendita? «Sono partita in quarta; avevo l'impressione di fare questo lavoro da sempre. Sono stata affiancata un paio di volte, poi sono andata sola ottenendo subito ottimi risultati e buonissimi fatturati. Mi hanno detto e ripetuto più volte in azienda che poche persone in Italia avevano fatto quello che avevo fatto io in così breve tempo».

Come spiega questa facilità? «Quando ero impegnata nella musica, facevo tutto da me; ero imprenditrice di me stessa; prendevo i contatti, trattavo, fissavo le serate. Insomma, ho rivelato già in quei frangenti doti manageriali che la professione della vendita diretta ha valorizzato in pieno». Anche lei ha cominciato a fare dimostrazioni nella sua cerchia di conoscenze? «Giusto il primo appuntamento, con parenti e vicini, poi ho allargato subito il giro». Po-

Marta quando calcava i palcoscenici come cantante

Marta allo stand di una fiera

tere del passaparola? «È fondamentale: con il passaparola si rigenerano continuamente gli incontri. Appreso il metodo, un bravo consulente alimenta continuamente la propria attività dopo una dimostrazione; ha l'agenda sempre piena. A me capita spesso di essere richiamata dopo una dimostrazione». Sembra facile per lei. «Serve entrare nel metodo giusto ed essere professionali restando sempre se stessi. Alle persone dico che, quando dimostri, devi ispirare sicurezza, dimostrare competenza dando le giuste informazioni e trasmettere, allo stesso tempo, entusiasmo, che è un elemento fondamentale per questo lavoro. E poi gioca a favore l'esperienza».

Che nel suo caso non è lunghissima. «Ho cominciato a metà febbraio 2013; è vero che, come tante donne, ho sempre avuto interesse per i cosmetici, ma da qui a farne una professione ne passa. Da consulente sono stata quasi sempre prima in classifica in Umbria, e lo stesso mi è riuscito quando sono diventata branch manager arrivando tra le prime d'Italia alla conferenza nazionale. Nel 2015 sono stata nominata responsabile di area per la regione Toscana e per la mia dinastia in Umbria, seguendo

dieci gruppi di persone». Una carriera rapida. «Questo è un lavoro meritocratico: se ottieni risultati, riconoscimenti e gratificazioni non mancano. È un principio che ho ben presente nel meeting all'inizio di ogni mese: oltre a illustrare le novità dell'azienda e a fare formazione, si premiano le migliori consulenti e capogruppo del mese precedente sia sulla base della classifica di Jafra e sia di altri parametri di cui è importante tenere conto; ma si premia anche chi, pur non presente in classifica, ha segnato miglioramenti significativi nei propri risultati. E questi riconoscimenti motivano i collaboratori».

Accennava alla formazione. «È fondamentale. Ho capito l'importanza di essere da esempio: le persone ti prendono a modello, ti seguono, quindi non si può pretendere che facciano qualcosa se non sei tu il primo a crederci e a farlo. Per la formazione delle consulenti il branch manager è figura chiave». L'anno scorso lei ha staccato tre gruppi; un risultato brillante che rafforza il suo legame con il lavoro in Jafra; non ha mai rimpianti per la musica che ha lasciato? «È una passione che farà sempre parte di me, ma non si può fare tutto e bene; il mio lavoro, adesso, è questo».

“

Quest'anno con la vendita diretta sono riuscita anche a comperare casa

## Mariella Furnò

Catania

Vorwerk Folletto

Vendere un Folletto? Semplice come bere un bicchier d'acqua. È cominciata così la storia di Mariella Furnò con la vendita diretta a domicilio: spalancare l'uscio di casa a un venditore Vorwerk Folletto che chiedeva un sorso d'acqua le ha aperto le porte di una professione che esercita oggi con successo. Nata a Catania nel 1981, Mariella, da ragioneria, comincia a lavorare nell'azienda dello zio, un negozio di mobili. «La mia prima esperienza lavorativa è durata pochi mesi, perché con mio marito ho aperto un panificio a Regalbuto. L'attività in negozio è durata quattro anni e mezzo e si è conclusa con la separazione. Avevamo già due figli». E si è dovuta rimboccare le maniche. «Ho provato più strade, ma senza successo. La svolta è arrivata con l'offerta di lavorare per Vorwerk Folletto».

Come arriva il contatto con l'azienda? «Una mattina ero da sola a casa di mia madre. Ero di pessimo umore; quando ha suonato il campanello un venditore Folletto gli ho chiuso la porta in faccia perché non avevo voglia di parlare con nessuno». Una storia che poteva finire prima ancora di cominciare. «Il venditore ha risuonato subito, mi ha chiesto un bicchiere d'acqua perché era una giornata calda; e come potevo negarglielo? Ab-

biamo cominciato a parlare del prodotto e della possibilità di lavorare in azienda, ma io continuavo a non essere convinta. Nel pomeriggio il venditore è tornato per la dimostrazione del prodotto a mia madre. Assisto alla dimostrazione e comincio a considerare la possibilità di provare; dopotutto avevo la necessità di guadagnare qualcosa».

Cosa la tratteneva? «Ero titubante perché non ero certa che tutto quello che mi avevano raccontato sulla professione e l'azienda fosse vero. Ma mi sono fatta forza e ho osato. Era il giugno del 2008, il tempo di seguire il corso di formazione, vedere altri agenti al lavoro e ho cominciato». Difficile l'inizio? «Ho scelto di non essere affiancata il primo giorno di lavoro; preferivo andare da sola. Ricordo che quando ho suonato il primo campanello speravo che in quella casa non ci fosse nessuno». C'era qualcuno? «Mi hanno risposto e ho cominciato; il primo giorno ho fatto due dimostrazioni. La prima vendita è arrivata il secondo giorno». Non male. «Proprio nei giorni in cui cominciavo ho ricevuto la proposta da mio zio di fare la ragioniera nella sua attività. Ho rifiutato perché un

lavoro di quel tipo mi provoca la depressione. Avevo cominciato a vendere bene. In una sola settimana a giugno ho venduto 23 apparecchi».

Non aveva più dubbi sulla scelta. «Ho capito che avrei potuto farcela, ma non mi spiegavo un risultato così buono. Anche il mio capo gruppo era sorpreso. Quella partenza lanciata mi ha dato il coraggio di proseguire e di crescere; un percorso per cui mi sento di ringraziare tutti i miei superiori, dal direttore Ernesto Vicinanza al capo zona Dario Abate, dal capo distretto Luigi Cancemi al capo gruppo Alessandro Cancemi». Non è stata semplice fortuna quella settimana. «Direi di no, nella seconda metà dell'anno ho tenuto una media di cinquanta apparecchi al mese e number one a settembre; un risultato che, a inizio 2009, mi ha permesso di cominciare il percorso di agente major e di diventare capo gruppo. Io ho cominciato l'attività e non avevo ancora l'automobile, che è uno strumento di lavoro importante per un venditore, ma dopo soli tre mesi l'ho comprata ». Una carriera lampo. «Pensandoci avrei potuto

Mariella durante una premiazione

continuare come venditore per un altro anno, ma ero orgogliosa della proposta dell'azienda e ho accettato». In un solo anno un altro cambio. «Sì perché ha significato trasferirmi da Regalbuto, quindi non affidare più i figli ai miei genitori quando ero fuori per lavoro. Mi sono appoggiata a una ragazza che li aiutava per i compiti; per la prima volta si sono trovati a passare del tempo con una persona estranea alla famiglia. Guidando un gruppo le responsabilità sono aumentate. È servito tempo per dare il meglio nel nuovo ruolo, ma nel 2015 sono stata ottava nella classifica dei gruppi in Italia e adesso guido un gruppo coeso di dieci donne e un uomo».

I suoi obiettivi? «Il benessere dei miei collaboratori; ho fissato una media di trenta apparecchi mensili, che rappresenta un buon livello di guadagno. Non vorrei un gruppo più ampio, perché devo essere in grado di seguirlo al meglio. Questo è l'obiettivo. C'è una cosa sola che può distogliermi per un giorno dal gruppo: i figli. Quando mi chiedono di essere presente a casa li accontento». Capiscono i motivi della sua assenza da casa? «Ormai sono grandi, quindi sanno che sto lavorando e vedono anche i risultati del lavoro. Quest'anno, infatti, con la vendita diretta sono riuscita anche a comperare casa».

“

L'attività mi ha aiutato, dal punto di vista umano ed economico

## Pina Gallo

Cercola (Napoli)

Avon Cosmetics

Staccare la spina, almeno per qualche ora: anche in questo può essere d'aiuto la vendita diretta. Di certo lo è per Pina Gallo, 44 anni di Cercola, comune in provincia di Napoli. Classe 1972, dopo la licenza media Pina frequenta la scuola professionale per parrucchiere. Sarà quella la sua professione per una dozzina d'anni, sino a quando diventerà madre di due gemelle. Una delle due figlie è diversamente abile; fatto,questo, che aggiunge un supplemento di impegno e cura all'abituale carico di una madre. Vivere a casa ventiquattr'ore su ventiquattro questa condizione pesa e quando le figlie cominciano a frequentare la scuola Pina pensa a come uscire, per qualche ora al giorno almeno, dalle quattro mura di casa. Due gli obiettivi: stare in mezzo alla gente per non pensare ogni attimo della giornata ai problemi e guadagnare qualcosa.

«Conoscevo già Avon –dice Pina– perché delle amiche mi avevano fatto provare i suoi prodotti. Mi sono detta: perché non provare a venderli? Mi ricordo che era il mese di agosto, sono andata su internet e mi sono proposta all'azienda. Tutti, nella vendita diretta, possono avere la loro chance, e ho cominciato».
Come è stato il primo impatto con la vendita? «Non ho avuto difficol-

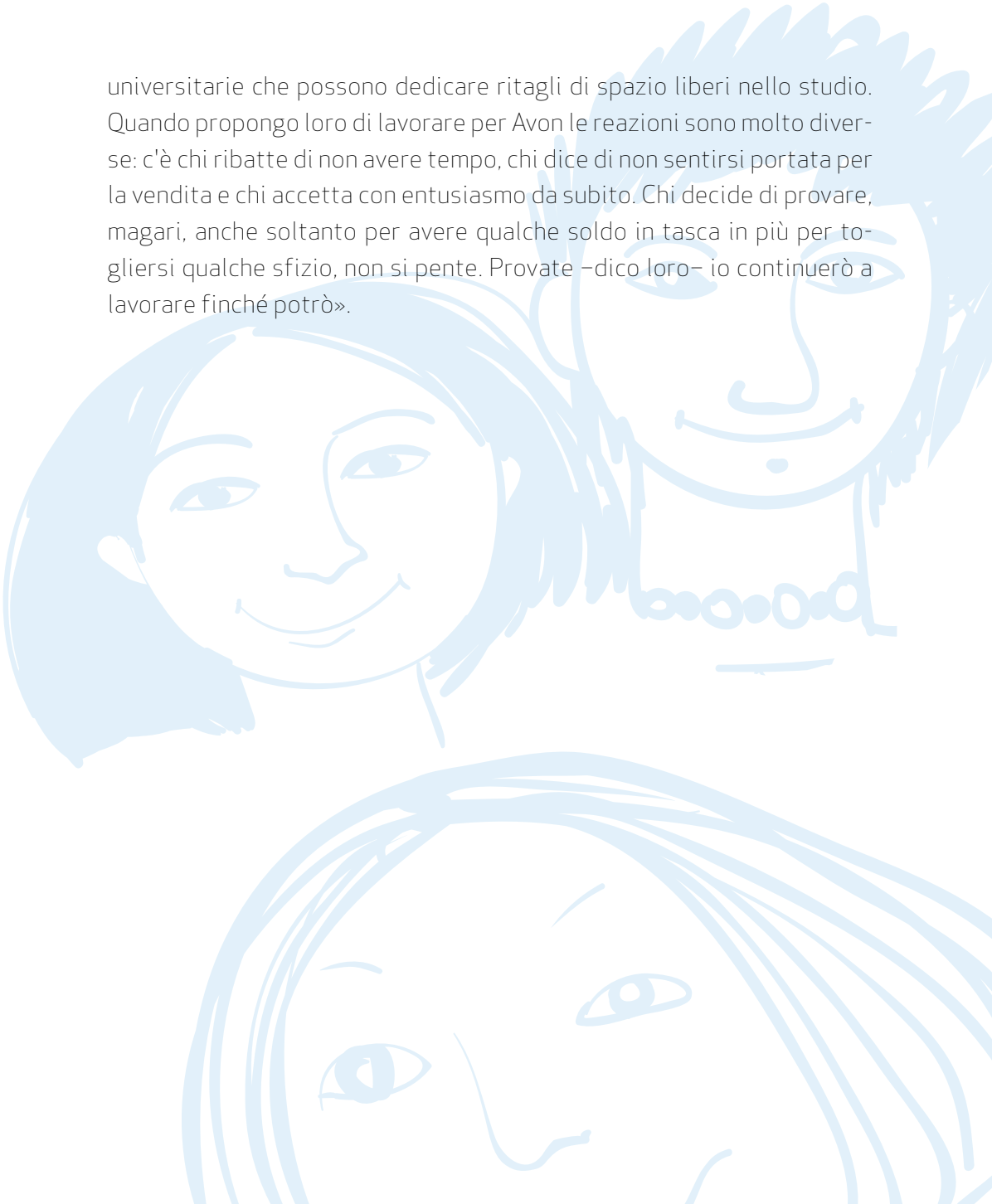
tà di alcun tipo; io sono una persona solare, non ho problemi nei rapporti con le altre persone. All'inizio ho sfruttato, come tutte, le mie conoscenze; quindi amici, parenti, poi ho cominciato ad allargare il giro della clientela». Grazie al passaparola? «Non solo: ho voluto mettere a frutto anche la mia professionalità come parrucchiera. Non appena conseguito il diploma avevo lavorato a bottega; qualche anno fa ho deciso di lavorare a domicilio. È stato un canale ulteriore per veicolare la mia attività con Avon».

E ha funzionato? «La vendita diretta è un lavoro che si costruisce sulle relazioni, quindi qualsiasi nuovo contatto può contribuire ad ampliare la rete. Io ho cominciato come presentatrice e adesso sono Avon leader. In otto anni questa attività mi ha veramente aiutato, sia dal punto di vista umano sia sotto il profilo economico, a maggior ragione da quando mio marito, che era contabile in un'azienda metallurgica ora chiusa per la crisi, è rimasto senza lavoro». Quanto assorbe della sua giornata questo impegno? «Uno degli aspetti positivi della vendita diretta è la possibilità di organizzarsi le giornate sulla base degli impegni domestici e familiari. Ci sono giorni che dedico interamente ad Avon; altre volte posso limitarmi a mezza giornata, anche se, come Avon leader, succede che sia sempre contattata dalle mie collaboratrici per una necessità o un consiglio. E nell'epoca di whatsapp questo è più che mai all'ordine del giorno». Relazioni personale e strumenti tecnologici: la vendita diretta è sempre e comunque "social". «È un metodo pratico, veloce, efficace e discreto per tenere i contatti con le clienti, che naturalmente incontro per mostrare loro i cataloghi, ma che non si possono frequentare sempre. Per le mie esigenze è uno strumento di lavoro imprescindibile e osservo che è molto utilizzato e apprezzato anche dalle mie clienti. È uno strumento che riflette in pieno il mio stile». Che sarebbe? «Non mi è mai piaciuto stare

con il fiato sul collo alle mie clienti; non sono pressante nei loro confronti. Succede molto spesso che siano loro a cercare me. Io le informo puntualmente sulle campagne, sulle novità di prodotto, rispondo sempre alle loro richieste, ma non le incalzo certo per comprare qualche cosa a ogni costo. Credo che, alla fine, un atteggiamento di questo tipo possa rivelarsi controproducente. Secondo me, e in base alla mia esperienza, oltre che dalla qualità dei prodotti offerti, è dalla forza delle relazioni e dalla fiducia che si instaura un circolo virtuoso per la vendita. E nel mio caso, i risultati mi stanno dando ragione».

Una leader, oltre ai propri risultati di vendita, deve pensare anche alla squadra che gestisce: come recluta le sue collaboratrici? «Io attingo a un giro di ragazze giovani, generalmente al di sotto dei trent'anni; più raramente persone di età maggiore. In molti casi, quindi sono studentesse

universitarie che possono dedicare ritagli di spazio liberi nello studio. Quando propongo loro di lavorare per Avon le reazioni sono molto diverse: c'è chi ribatte di non avere tempo, chi dice di non sentirsi portata per la vendita e chi accetta con entusiasmo da subito. Chi decide di provare, magari, anche soltanto per avere qualche soldo in tasca in più per togliersi qualche sfizio, non si pente. Provate –dico loro– io continuerò a lavorare finché potrò».



“

È una professione che non lascia indifferenti e che ti cambia

## Maria Rita Guardiano

Ragusa

Dalmesse Italia

Da ragazza era semplicemente un gioco; oggi, a 45 anni, un lavoro che, giorno dopo giorno, continua a divertirla. Anzi, la diverte sempre di più. Maria Rita Guardiano, ragusana, con la vendita dei cosmetici è prima cresciuta, poi maturata sino a diventare una professionista che oggi, come responsabile di zona per Dalmesse Italia, gestisce un centinaio di venditrici. «Ho cominciato per gioco, mi piacevano i cosmetici e li vendevo alle amiche. Lo facevo –come si può capire– senza alcuna formazione; mostravo soltanto un grande entusiasmo. Evidentemente, però, era una cosa che mi sentivo dentro; l'ho capito a posteriori, alla luce di quello che ho fatto nella mia carriera». Già da ragazza aveva l'inclinazione a guadagnare vendendo? «Lo facevo per sfidare me stessa; era un modo per mettermi in discussione, provare le mie capacità, capire quanto potessi essere affidabile».

Quando c'è stato il salto da passione a lavoro vero e proprio? «Da giovane vendevo alle amiche, poi sono passata a vendere alle mamme delle mie amiche. Ho portato avanti questa attività in parallelo agli studi. Dopo essermi diplomata mi sono trovata a un bivio. Da qualche anno, infatti, lavoravo come redattrice in una testata giornalistica locale, quindi con

un posto fisso, anche se per sole quattro ore al giorno. Ma ho scelto la vendita diretta». Reazioni? «La famiglia era contro, l'obiezione che sentivo era: questo non è un lavoro certo». Non ha mai pensato di fare un salto nel buio? «No, con la vendita diretta lavoravo meno ore e guadagnavo di più. E poi, per la vendita, avvertivo già un senso forte di appartenenza. Così, dai 22 anni, mi sono dedicata a tempo pieno a questa professione». Con quale qualifica? «A soli 22 anni ero già responsabile di zona per un'azienda importante della vendita diretta; gestivo oltre 170 consulenti e realizzavo un fatturato di 450 milioni di lire».

Quando incrocia Dalmesse Italia? «Intorno ai 30 anni ho la prima figlia, il lavoro che faccio mi piace, ma vorrei continuare a farlo in un'altra azienda. Un'amica mi ha portato a un meeting Dalmesse Italia e questa realtà mi ha colpito subito. Sono entrata e oggi sono entusiasta di questa scelta come lo ero il primo giorno».Dopo più di quindici anni non subentra la routine? «Per chi lavora nella vendita diretta non c'è un giorno uguale all'altro; come in ogni lavoro ci

Con il presidente di Dalmesse Italia, Antonio Falco

sono momenti difficili e altri esaltanti, ma quello che fa la differenza e rende unica questa professione è l'opportunità di incontrare persone, di formarle, farle crescere, vedere i loro progressi, seguirne i successi. Essere responsabile di zona, insomma, significa, a tutti gli effetti, gestire risorse umane. Questo mi ha appassionato via via che conoscevo il lavoro e continua ad appassionarmi».

Lei è stata coinvolta da subito. «È una professione che non può lasciare indifferenti; è un'esperienza che cambia. Le persone cui racconto oggi che da giovane ero timida e introversa non mi credono. Io, adesso, mi sento una persona forte, determinata, intraprendente; tutte qualità che non avrei mai pensato di avere». Qualità indispensabili per gestire cento venditrici. «Gestisco sei gruppi, faccio quindi da riferimento per venditrici che propongono prodotti di otto settori, che vanno dai beni durevoli e di consumo per la casa all'abbigliamento. Non tutte trattano tutti gli otto settori; serve quindi coordinare gli appuntamenti con le venditrici che trattano più specificamente certi prodotti. E, natu-

Maria Rita, ultima a destra
con le due figlie in primo piano

ralmente, a parte una base comune per chi fa la vendita diretta, prodotti diversi richiedono una diversa e specifica formazione per poterne illustrare al meglio le caratteristiche». Un impegno che si traduce in quante ore di lavoro al giorno? «Sulla base delle richieste, potrei lavorare sempre; sono io a decidere quanto tempo dedicare, anche sulla base delle mie esigenze. Dovessi provare a fare una media direi cinque giorni pieni su sette, ma –ribadisco– non si tratta delle classiche otto ore al giorno. Le giornate, infatti, sono decisamente diverse fra loro».

Da responsabile di zona lei si occupa di reclutamento in una parte d'Italia dove non è semplicissimo trovare lavoro: quali sono le reazioni quando propone la vendita diretta? «Continuo a imbattermi in persone alla ricerca soltanto del posto fisso e non disposte a fare altre esperienze. Penso ci sia una disinformazione di fondo sulla vendita diretta: quando parlo con qualcuno di questa professione è raro che la conosca veramente. Io consiglio di fare questa esperienza e dico alle mie due figlie di fare come facevo io. La minore sembra avere un certo interesse. Chissà…».

“

# La gente pensa: "Se ce la fai lei con 5 figli, posso farcela anch'io"

## Angela Ioli

Roma

Vorwerk Bimby

Supermamma di 5 figli e anche incaricata top di Vorwerk Bimby: Angela Ioli, di Roma, è un esempio di come conciliare il lavoro con una (numerosa) famiglia sia possibile. «La chiave del mio successo è proprio la famiglia: è grazie al marito e ai figli che riesco nel lavoro: sono la mia forza». Oltre che dal marito, Stefano, ne fanno parte Emanuele, il maggiore, che ha 13 anni, Leonardo, 11, Sofia, 8, e le più piccole, le gemelle Elisa e Cecilia, 7. Proprio loro sono il migliore biglietto da visita nel lavoro: «Quando dico che ho una famiglia di 7 persone, è come se dessi una garanzia di successo. Sono una persona calma e serena, e questo fa un'ottima impressione. Spesso capito in case dove ci sono uno o due bambini e la gente pensa: "Se ce la fai lei con 5 figli, posso farcela anch'io"». La chiave di tutto, secondo Angela, è l'organizzazione: «Bisogna pianificare il più possibile. Per questo il Bimby è un alleato prezioso per tante mamme: se sai che tornerai tardi la sera, ad esempio, devi preparare prima la cena».

Originaria di Messina, Angela si è trasferita a Roma nel 1995 per stare vicina al fidanzato Stefano, che sarebbe poi diventato suo marito. Di professione restauratrice di libri, nel 2002, quando diventa mamma per la prima volta, lascia il lavoro per potersi dedicare completamente ai figli.

Con 5 bambini in 6 anni, un marito che spesso rincasa tardi dal lavoro e la famiglia d'origine a centinaia di chilometri di distanza, Angela ha il suo bel da fare. Nel 2005, mentre si trova in Sicilia e ha da poco avuto il secondo figlio, sua mamma le regala il Bimby: «Mia madre l'aveva acquistato l'anno precedente ed era stata molto soddisfatta, al punto da volermi dare un aiuto nella gestione della casa. In realtà è stato molto di più».

Con il Bimby, Angela prepara pappe e omogeneizzati per i piccoli e cibi più elaborati per tutta la famiglia: «Io e il Bimby siamo diventati una cosa sola: ho iniziato a usarlo tantissimo e ad apprezzare la possibilità di fare così tante preparazioni, anche con poco tempo a disposizione. Poi, quando le gemelle hanno cominciato la scuola dell'infanzia, un amico mi ha proposto di diventare Incaricata Bimby». Nonostante il carico di lavoro che una famiglia così numerosa comporta, Angela decide di rimettersi in gioco. «Mio marito era

La cucina è una delle passioni a cui Angela si dedica nei ritagli di tempo

scettico e anche io avevo delle perplessità, sono sempre stata molto timida, non pensavo che questo tipo di attività facesse per me. Invece mi è subito piaciuto moltissimo. Non ho assolutamente le caratteristiche dell'incaricata alla vendita, probabilmente non riuscirei a vendere nient'altro, ma con il Bimby è diverso: mi piace talmente tanto che riesco a trasmettere questa passione. La cucina per me è prima di tutto un hobby, e anche con le altre mamme è uno degli argomenti di conversazione più gettonati: si parla di cosa si preparerà per cena e così, anche quando non lavoro, mi trovo a parlare del Bimby: molte si incuriosiscono e chiedono di saperne di più».

Angela e il marito Stefano con i figli Emanuele, Leonardo, Sofia e le gemelle Elisa e Cecilia

Questo lavoro ha portato ad Angela non solo soddisfazioni e riconoscimenti, ma anche risultati inattesi. «Quando entro in una nuova casa per una dimostrazione, il mio pensiero principale non è vendere il Bimby, ma far vedere quello che questo prodotto può fare per migliorare la vita. E quando un cliente acquista sono contenta, perché so che sicuramen-

te starà meglio. E so che questo succederà perché ne ho continuamente la prova: resto in contatto con tutti i miei clienti, non solo per dare informazioni pratiche sulla cucina. Quasi sempre diventiamo amici: ci sentiamo per fare quattro chiacchiere o per scambiarci gli auguri e mi tengono aggiornati su quello che preparano con il Bimby: il mio telefono è pieno di immagini di torte o manicaretti preparati dai miei clienti».

Per Angela, questa è la testimonianza di essere sulla strada giusta: «Con il mio lavoro porto la speranza a chi ne ha bisogno. La fede cristiana ha un ruolo di primo piano nella mia vita e mi aiuta e mi guida anche durante l'attività lavorativa. Mi capita di conoscere tante persone nuove, alcune con storie di sofferenza alle spalle. Per me aiutare le persone passa anche da un elettrodomestico che può renderti più facile la vita».

Angela, che ha iniziato il suo lavoro con Vorwerk Bimby nel 2012, dal 2013 è diventata Incaricata Top. Le sue giornate sono piene di impegni: «Organizzo l'agenda "incastrando" le dimostrazioni in orari compatibili con la gestione dei miei figli: sono sempre io che li accompagno nelle attività pomeridiane, dal karate alla pallanuoto. Non voglio rinunciare a essere presente nella loro vita».

“

## Ho provato questo lavoro, mi piace e non lo voglio lasciare

## Elisabetta Izzo

Napoli

AMC Italia

«Fare party è un'ottima terapia per il cattivo umore; se sono arrabbiata, dopo aver svolto un party mi sento meglio». È stata una scelta sotto ogni aspetto salutare quella di Elisabetta Izzo, approdata da circa due anni in AMC. Nativa di Castellamare di Stabia, classe 1972, Elisabetta ha conosciuto tante e diverse realtà lavorative, ragion per cui assume un valore ancora maggiore il suo benessere aziendale: «ho provato, mi piace e non lo voglio lasciare». Nel suo curriculum figurano il diploma di ragioneria, qualche anno di studi all'università, nella facoltà di Scienze politiche, e poi il lavoro.

Comincia, mettendo a frutto i propri studi, occupandosi per un paio d'anni di contabilità, poi prevale il suo desiderio di intrapresa: apre un'attività commerciale di oggettistica e articoli regalo. Il negozio va bene; è la nascita del figlio, dopo una decina d'anni circa, a mettere la parola fine a questa esperienza. Negli anni successivi Elisabetta non si ferma e cambia ancora; si mette alla prova come amministratrice di condominio, conosce l'esperienza di operatrice in un call center per conto di un'azienda che si occupa di recupero crediti, si spende anche ad aiutare alunni e studenti a fare i compiti al doposcuola. La svolta comincia a prendere

forma all'inizio del 2013: «Ero già cliente di AMC –ricorda Elisabetta–, ma non avevo mai assistito a un party: «Una mia amica mi invita e partecipo al primo party; all' intervista del giorno dopo, la mia attuale responsabile di gruppo mi offre l'opportunità di entrare nel mondo AMC. Ci ha provato per tre o quattro mesi, ma io rifiuto categoricamente». Il destino prende un'altra strada: è il padre di Elisabetta a parlare con il responsabile di zona di AMC. Parole, evidentemente, rassicuranti, tanto che Elisabetta si presenta in ufficio e prova. Dopo qualche mese –siamo alla fine del 2014– le arriva l'offerta per un posto di addetta alla contabilità in un centro commerciale. La risposta è no.

Elisabetta con la famiglia

«Mi sono subito appassionata al lavoro, lo trovo stimolante, ha cambiato la mia attitudine, mi ha resa più attiva. Adesso, da candidata al ruolo di responsabile di gruppo, gestisco diverse persone, devo occuparmi di più aspetti dell'attività e questo mi appassiona. Trovo il lavoro impegnativo ma divertente; sono a mio agio nel gruppo, mi trovo bene con l'azienda,

perché sarei dovuta tornare in ufficio?». Un cambio radicale in pochi mesi. «Verissimo, io non volevo fare questo lavoro; sapevo fare quello d'ufficio e quello avrei immaginato di continuare a svolgere. A contribuire a farmi cambiare idea la mia responsabile di gruppo, Assunta, e il mio responsabile di zona, Raffaele: con la loro vicinanza sono stati e sono tuttora indispensabili per me e la mia attività».

Possibile che basti un buon rapporto con i superiori per riuscire? «A fare da guida c'è il metodo AMC; è vero che la vendita si chiude nei giorni successivi al party, durante le interviste ai partecipanti, ma se si riesce a trasmettere l'amore per il prodotto, il valore di un'alimentazione sana, si riscuote interesse e successo nelle persone. È da lì che si creano le condizioni per poter programmare altri party. Se si segue il metodo il lavoro funziona». Qual è l'atteggiamento dei partecipanti ai vostri party: «Ti accolgono con entusiasmo o sono restii? Nella mia zona di competenza, che è a cavallo fra le province di Napoli e

Elisabetta, durante un Meeting Talenti, con il suo responsabile di zona

Salerno, AMC è una realtà in genere ben conosciuta; ho davanti a me persone che hanno già sentito parlare o hanno avuto esperienza del nostro prodotto quindi l'accoglienza e la comunicazione risultano facilitate. A prescindere da questo fatto, il party è comunque sempre molto coinvolgente e interattivo. Il mio obiettivo è quello di tenere un party sempre vivace, con un coinvolgimento attivo delle coppie». Elisabetta ha cominciato la sua collaborazione con AMC nel maggio 2014, in una fase di crisi nera dei consumi, come dipingevano ancora i media: questo non l'ha scoraggiata? «No, cominciando a fare i party nelle case delle persone, non è stata questa l'impressione che ho ricavato. Bene o male, sulla base di quanto ho potuto osservare, anche chi ha perso il lavoro non è rimasto a casa a girarsi i pollici. Io, con quanto ho guadagnato fin dall'inizio dell'attività, ho sempre pagato le rate del mutuo». Allora la crisi è una scusa bella e buona per non comprare? «Io sono convinta che molta gente ci abbia giocato per rimandare l'acquisto. Infatti, quello che potevo vedere nelle case raccontava un'altra storia. Possono anche parlare di crisi, ma se vedo un bambino che gioca con l'ultimo modello di smartphone qualche dubbio mi viene».

“

## Ho creduto di più in quello che facevo e i risultati non sono mancati

## Fation Lazaj

Bastia Umbra (Perugia)

bofrost* Italia

Non è certo una persona che si arrende facilmente Fation Lazaj. Albanese arrivato in Italia tredici anni fa, quando non era ancora ventenne e dopo un paio di tentativi falliti alle spalle. Oggi, a 32 anni, è sposato, padre di un bimbo di tre anni, ed è anche il promoter dei record di bofrost*: primo in Italia per 4 anni, district trainer alla guida di sessantacinque persone, detiene ancora il maggior numero di clienti acquisiti in un anno. Fation, classe 1984, è originario di Fier, una cittadina affacciata sul mare, poco distante da Valona. Fin da bambino, sulle coste della sua città, vede gommoni carichi di suoi connazionali partire per l'Italia per tentare fortuna. Sono i primi anni Novanta, il Paese è attraversato da una forte crisi economica e deve fare i conti con il crollo della dittatura comunista.

Crescendo, Fation inizia a guardare il mare con occhi diversi, maturando l'idea di attraversarlo anche lui per arrivare sulle coste pugliesi: «In Albania per noi giovani non c'era futuro. Vedevo gli amici che erano partiti e che tornavano sempre con qualcosa di più. Così un giorno ho deciso di salire anche io su uno di quei gommoni». È il 2002 quando Fation si imbarca per la prima volta: «Sapevo che la traversata poteva essere pe-

ricolosa, ma non mi importava: ero disposto a superare tutte le difficoltà per realizzare il mio sogno. Il mio primo viaggio in Italia è durato solo tre giorni: le forze dell'ordine mi hanno fermato poco dopo lo sbarco, ero senza documenti e sono stato rimandato indietro. Ho riprovato la traversata una seconda volta, di nuovo senza fortuna».

Fation non rinuncia e decide di tentare un'altra strada per entrare in Italia: «Ero piuttosto bravo a scuola: mi ero diplomato con ottimi voti come perito industriale, così ho deciso di sostenere gli esami per entrare all'Università per gli stranieri di Perugia, facoltà di Ingegneria. Sono riuscito a superarli e sono stato ammesso».

Fation arriva in Italia e inizia una nuova vita nel capoluogo umbro: studia all'università e intanto lavora come cameriere. Il ritmo però si rivela difficile da sostenere: «Ero rimasto indietro con gli esami e rischiavo che non mi rinnovassero più il permesso di soggiorno.

Nel frattempo avevo conosciuto una ragazza italiana, Ida, che era diventata la mia fidanzata: abbiamo accelerato i tempi e ci siamo sposati, in modo da non avere più problemi con il permesso di soggiorno. In un mese la mia vita è cambiata: ero poco più che ventenne e mi sono ritrovato ad avere la responsabilità di una famiglia e di un mutuo da pagare. Ho lasciato l'università, anche se mi mancavano solo 7 esami alla laurea, e anche il lavoro da cameriere, che non era più sufficiente, per cercare qualcos'altro. Al ristorante veniva tutte le settimane un venditore bofrost*: mi ha spiegato quello che faceva e ho mandato il curriculum».

Fation è assegnato alla filiale di Bastia Umbra ed entra così a far parte di bofrost*, diventando un promotore, una figura che era stata introdotta da pochi mesi nell'azienda. Il suo lavoro consiste nell'acquisire nuovi clienti a cui far provare i prodotti surgelati di bofrost*.

«Mi sono detto "Con tutte le difficoltà che ho avuto nella vita, cosa sarà mai vendere un pacco di gamberetti surgelati?". I primi giorni sono stato affiancato dal mio capo, che mi ha mostrato le tecniche di vendita, poi ho iniziato a vendere da solo. Ho capito che se mi presentavo a nome di bofrost*, che è un'azienda conosciuta e riconosciuta come seria, la gente mi ascoltava con meno difficoltà. Ho iniziato a usare anch'io i prodotti bofrost* a casa e vendere è diventato ancora più semplice. Ho imparato a credere di più in quello che facevo e i risultati non sono mancati. Certo, la porta in faccia ci sarà sempre, ma l'ho sempre vissuta positivamente».

La carriera di Fation è costellata da successi: «Sono stato per 4 anni il primo promoter d'Italia e il mio record da 2.185 clienti in un anno è ancora imbattuto. Inoltre sono a capo di 11 gruppi di promoter in Lazio, Um-

bria, Marche, Abruzzo, Sardegna e Toscana. «Sono stati tutti selezionati da me, grazie alle persone che mi hanno insegnato come fare. Oggi sono io che faccio vedere ai ragazzi come si vende».

Nella sua casa a Torgiano, in provincia di Perugia, ad aspettarlo oggi ci sono la moglie Ida e, dal 23 dicembre 2013, anche il piccolo Tommaso: «Sono felice e appagato. bofrost* è un'azienda che è stata capace di valorizzarmi, per me sono stati 7 anni di soddisfazioni. Oggi posso dire che il mio sogno si è avverato».

“

# Chi è scettico sulla vendita diretta non la conosce

## Anna Marino

Cardito (Napoli)

Tupperware Italia

Un lavoro che cambia la vita. Non è solo un modo di dire per Anna Marino, 45 anni, di Cardito, provincia di Napoli, dal 2011 incaricata in Tupperware. Grazie alla sua esperienza lavorativa nell'azienda famosa per i contenitori in plastica per la conservazione degli alimenti, Anna è riuscita davvero a dare una svolta alla propria esistenza, trovando la forza per combattere una malattia invalidante, l'artrite reumatoide, che aveva quasi preso il sopravvento sulla sua vita, impedendole di condurre un'esistenza serena e di realizzarsi professionalmente. In cinque anni Anna è passata da casalinga a tempo pieno a donna super impegnata, divisa tra gli atelier culinari, il lavoro nel pub che da due anni gestisce insieme con il marito e la gestione della famiglia che comprende anche due figli, Vincenzo, 20 anni, grafico pubblicitario, e Delia, 18, studentessa.

Nata a Napoli, Anna si è trasferita da ragazza a Cardito, dove ha lavorato come segretaria e contabile fino alla nascita dei figli, quando ha deciso di restare a casa per dedicarsi completamente alla famiglia. In quegli anni prova anche a fare l'incaricata per alcune aziende della vendita diretta che si occupano di prodotti per la casa, ma senza parti-

colare costanza: «Ho sempre considerato la vendita diretta un hobby, non avrei mai pensato che potesse essere un vero lavoro».

Nove anni fa, le viene diagnosticata una malattia invalidante, l'artrite reumatoide, che le causa problemi seri: «Per un periodo sono rimasta bloccata a letto, ho subito diversi interventi chirurgici e in certi periodi faticavo anche a uscire di casa». Anna passa molto tempo chiusa tra le mura domestiche, le cure danno risultati alterni e anche l'umore ne risente. Poi un giorno, 5 anni fa, un'amica le propone di partecipare a un atelier culinario Tupperware: «Nonostante fossi diffidente verso la vendita diretta, stavo attraversando un periodo particolare, ero stanca di stare sempre in casa e volevo conoscere persone nuove. Ho accettato di partecipare per distrarmi, ma sono rimasta affascinata dal mondo Tupperware: ho sempre amato la cucina e mi sono subito innamorata degli strumenti di Tupperware per cucinare pietanze al microonde o nel forno tradizionale, velocizzando la preparazione e ottenendo

Anna con l'automobile di Tupperware

Anna insieme con il marito

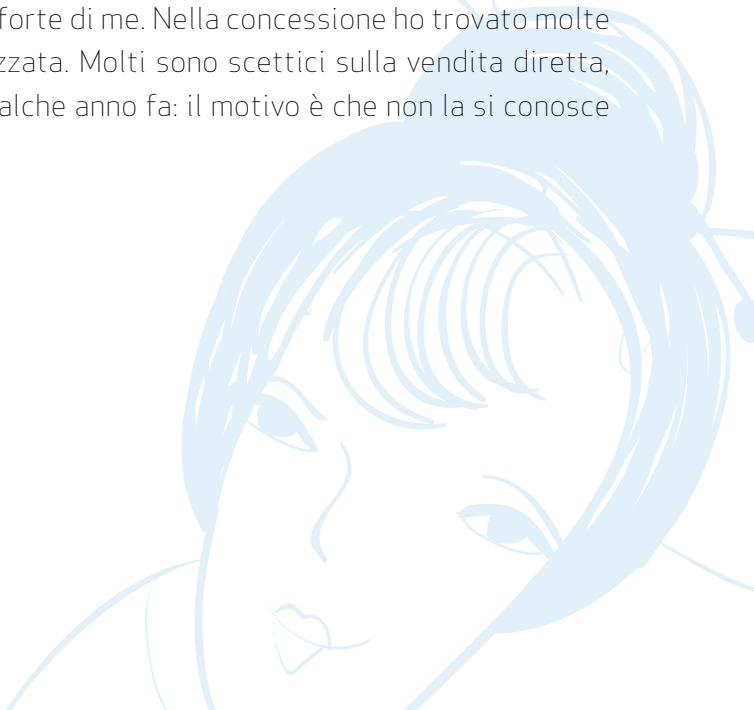
un ottimo risultato». All'inizio per Anna è un passatempo. Il punto di svolta si verifica quando, grazie ai risultati raggiunti, si aggiudica un viaggio-premio. «Era un obiettivo che mi ero proposta di raggiungere perché era da tanto che non facevo un viaggio. Sono andata con mio marito in una crociera sull'Egeo, per noi è stata una seconda luna di miele. Da quel momento anche la mia famiglia è stata coinvolta nel mio lavoro. Mio marito, che all'inizio era un po' preoccupato che questa attività fosse troppo impegnativa per me, ha iniziato ad aiutarmi, ogni tanto viene con me agli atelier e si occupa della consegna dei pacchi, visto che io non posso portare pesi. I miei figli all'inizio non erano molto entusiasti perché erano abituati a vedermi sempre in casa, poi mi hanno incoraggiato perché mi vedevano tornare dagli incontri contenta e soddisfatta».

Dopo 6 mesi da consulente culinaria, Anna è promossa capogruppo, quindi, sempre nello stesso anno, riesce a raggiungere l'obiettivo dell'auto aziendale e diventa venditrice top. Oltre a vendere, inizia a reclutare nuove incaricate e a seguirle nel loro percorso: «Mi

piace molto la parte del reclutamento, ho coinvolto molte studentesse universitarie che cercano un modo per guadagnare qualcosa». Nel 2013 il marito, che lavorava in un'impresa edile, risente della crisi del settore e resta senza impiego: è Anna che per un anno mantiene la famiglia grazie al lavoro in Tupperware.

Da due anni si è lanciata in una nuova avventura professionale: gestisce, insieme con il marito, un piccolo pub ad Aversa, in provincia di Caserta: «Nel pub mi occupo io della cucina. Proponiamo piatti sani: niente fritto, ma tutto cotto al forno, grazie anche ai prodotti Tupperware».

Mai Anna avrebbe pensato che questo sarebbe stato il suo lavoro: «Ho avuto subito delle soddisfazioni e mi sono detta: perché dovrei rinunciare a tutto questo? Più di una volta sono stata presa dallo sconforto, ho pensato che era meglio prendermi un periodo di riposo e lasciare perdere, ma poi è stato più forte di me. Nella concessione ho trovato molte amiche, oggi sono realizzata. Molti sono scettici sulla vendita diretta, come lo ero io fino a qualche anno fa: il motivo è che non la si conosce nel modo giusto».



“

# Non ero esperta di vendita, ma l'azienda mi ha aiutato

## Francesca Mariotti

Teramo

CartOrange

È stato dopo uno dei periodi peggiori della sua esistenza che Francesca Mariotti, dopo quattro anni in cui era amministratrice di un'azienda di traduzione, interpretariato e organizzazione congressi, nel 2012 ha incontrato CartOrange e ha deciso di voltare pagina. Nata a Teramo 53 anni fa, Francesca dopo gli studi al liceo linguistico, si trasferisce a Roma per frequentare la scuola per interpreti. Dopo aver trascorso qualche anno nella Capitale, le si presenta la possibilità di rientrare a Teramo per dare vita a un ambizioso progetto imprenditoriale: «Grazie ai fondi che sostenevano l'imprenditoria femminile, con alcune amiche abbiamo aperto una società di traduzioni, interpretariato e organizzazione congressi. È stato un successo: lavoravamo moltissimo, week end inclusi, tanto che le mie socie a un certo punto hanno fatto un passo indietro. Per un po' sono andata avanti da sola, poi ho riprovato a mettermi in società con un'altra socia e alla fine ho abbandonato i congressi e ho continuato, da casa, il mio lavoro di traduttrice. Mi sono specializzata in manuali tecnici in quanto sono particolarmente impegnativi e mi danno più soddisfazione».

Francesca, che nel frattempo è diventata anche mamma di un bimbo,

Niccolò, oltre alle lingue coltiva un'altra passione, quella per i viaggi: non le piace solo farli, ma anche aiutare amici e conoscenti a organizzarli. «Molti mi chiedevano aiuto per via della mia conoscenza delle lingue: di fatto però non contattavo solo gli hotel o le strutture ricettive, ma davo anche consigli sulle mete da visitare e le esperienze da fare».

A rompere l'equilibrio arriva un periodo molto critico, che rimescola le carte della vita di Francesca: «I miei genitori si sono ammalati e in quattro mesi ho perso entrambi. Ho avuto bisogno di staccare, avevo bisogno di rimettere ordine nella mia vita. Ho chiuso la società di traduzione e ho preso un anno sabbatico». Al termine di questo periodo di pausa, Francesca legge online un annuncio in cui CartOrange cerca Consulenti per Viaggiare: «Ho agito per istinto, senza pensare troppo. Ho spedito il curriculum e solo dopo ho cercato informazioni su cosa fosse un consulente di viaggio: a Teramo non si erano mai sentiti». Francesca conosce così CartO-

Francesca a un evento promozionale CartOrange

range e la sua filosofia di viaggi su misura, realizzata in base alle esigenze dei clienti, un po' come già aveva provato, nel suo piccolo, a fare. «Pur non avendo esperienze professionali in questo settore, in CartOrange ho trovato un ottimo supporto: ho potuto usufruire di formazione continua e gratuita e di un'assistenza totale».

Francesca inizia da dove ha lasciato, cioè da amici e conoscenti, e presto si innesca il passaparola: «Ho organizzato diversi viaggi personalizzati, lune di miele e anche viaggi di gruppo. Sono riuscita ad applicare il concetto dei viaggi su misura anche ai viaggi di gruppo, che di solito sono visti come standard e poco personalizzabili. Nel mio caso, sono riuscita a proporre escursioni particolari, come la visita alle cascate del Niagara anche in versione serale con lo spettacolo di fuochi d'artificio o a New York un tour ad hoc dei set cinematografici in cui erano stati ambientati i film preferiti dai clienti» Nonostante abbia iniziato negli anni della crisi economica, Francesca è riuscita ad ottenere ottimi risultati, tanto che alla convention CartO-

Francesca in vacanza con il figlio

range 2015 ha vinto il premio per numero di vendite nella sua area.

«Il fatto di non avere una filiale su strada, come una tradizionale agenzia di viaggio, all'inizio suscitava qualche perplessità, ma ben presto la gente ha iniziato ad apprezzarlo. Piace il fatto di avere un'ampia disponibilità di orari, anche la sera e il week end, quando di solito le agenzie sono chiuse, ma è ben visto anche l'aspetto della privacy: in una città piccola era facile sapere chi stava organizzando una vacanza in agenzia».

L'esperienza diretta resta il miglior modo per vendere una destinazione? «Se un viaggio lo hai già fatto in prima persona, è molto più facile proporlo ad altre persone. Anche per questo, appena posso, viaggio: mio figlio, che oggi ha 18 anni, ha appena frequentato il quarto anno delle scuole superiori in Canada, sono stata a trovarlo e ho anche approfittato della sua permanenza per conoscere esperienze particolari e insolite, che oggi propongo ai miei clienti. Recentemente ho avuto modo di fare due itinerari del catalogo Viaggi nel Tempo CartOrange, in Sri Lanka e Oman: ne ho apprezzato la cura e l'organizzazione, oltre alla scelta delle esperienze che sono uniche e particolari e che rendono davvero speciale un viaggio. Dello Sri Lanka mi sono piaciuti i templi buddisti e, grazie a una guida molto preparata, ho potuto comprendere meglio il buddismo. In Oman i momenti più belli sono stati quando ho assistito alla deposizione delle uova di tartaruga e quando sono stata invitata a bere il the da una famiglia omanita al tramonto, in riva al mare. È stato davvero emozionante: un'esperienza che da sola valeva il viaggio».

“

Dopo tanti anni non so ancora fare a meno della vendita diretta: ormai è nel mio Dna

## Luciana Mazziero

Bologna

Dalmesse Italia

Dal negozio di alimentari del padre alla vendita diretta il passo fatto da Luciana Mazziero è stato lungo; non perché certi meccanismi di vendita "consulenziale" fossero assenti nell'attività commerciale del negozio di vicinato, ma perché Luciana doveva trovare l'azienda giusta che valorizzasse la sua passione per l'attività di vendita. «Il mio viaggio nelle realtà della vendita diretta è cominciato nel '72 -dice- e culminato nell'incontro con Dalmesse Italia nel 2003: qui concluderò la mia attività». Classe 1950, bolognese, Luciana comincia a lavorare come commessa nel negozio del padre. La vendita diretta fa capolino per la prima volta tramite la sorella, che lavorava per un'azienda che trattava articoli per l'igiene casalinga.

«A mia sorella mancava un reclutamento per vincere un viaggio. Mi chiese di inserire il mio nominativo: io non avevo intenzione di vendere; lo faceva già lei con tutte le nostre amiche e parenti e quindi lei gestiva i miei ordini. L'aspetto meno piacevole era la telefonata della domenica mattina della capogruppo. Mi chiedeva come fosse andata la settimana e, per me, che non avevo combinato nulla, era un'angoscia inventare scuse. Si stancò di me e in poco tempo fui depennata dall'elenco». Sem-

brava la croce sulla vendita diretta. «Invece no, perché quando mio figlio cominciò a frequentare l'asilo e mio marito non vedeva di buon occhio che cercassi lavoro, capitò che a mia sorella servisse un reclutamento, sempre per un premio, e anche questa volta accettai. Nel frattempo lei era diventata capogruppo ed ero certa che non mi avrebbe chiamato la domenica per avere l'ordine. Mi annoiavo, però, e questa è stata la molla per cominciare a parlare di prodotti e di creme e a raccogliere gli ordini con le altre mamme»

È stato quello il punto di svolta? «Sì, perché, per la prima volta, ho provato una grandissima soddisfazione: senza dire niente a nessuno cominciavo a guadagnare. Era una sensazione bellissima: potevo comperare vestiti per la mia famiglia senza togliere niente dallo stipendio di mio marito e senza mancare agli impegni verso i miei cari. Anzi, alcuni impegni, tipo le riunioni a scuola, davano la possibilità di nuovi incontri. E io, da parte mia, cominciavo a vedere ogni persona come potenziale cliente».

Luciana con il presidente
di Dalmesse Italia, Antonio Falco

Luciana, seconda da destra,
con il presidente Falco e le colleghe

L'atteggiamento giusto per la vendita diretta. «Ricordo che, visti i risultati, mi dissi: perché non provare a lavorare con più professionalità e magari a salire qualche gradino? Prendevo impegni compatibilmente alla vita familiare, quindi soltanto quando mio marito era al lavoro e mio figlio a scuola. In questo modo creai alcuni gruppi e fui nominata direttrice di filiale. Riuscivo a gestire anche i miei genitori che, diventati anziani, avevano sempre più bisogno del mio aiuto. Devo dire che nessun lavoro dove ogni giorno timbri il cartellino mi avrebbe dato la possibilità di gestire tutte queste situazioni. Poi sorsero problemi seri con l'azienda e, a malincuore, lasciai perché non lavoravo più serenamente».

La vendita diretta, però, l'aveva ormai conquistata. «Sì l'attività di vendita e la gestione delle persone mi mancavano. Provai ad aiutare un'amica che aveva un negozio di abbigliamento, ma trovavo inconcepibile aspettare tante ore le clienti con le mani in mano e lasciai perdere». In seguito, e siamo nel 1998, Luciana è contattata da un'azienda di vendita diretta che commercializza intimo e abbigliamento. «Ne fui conquistata:

mi sembrò di tornare a vivere. Mi rimisi in gioco, tornai a coinvolgere le persone con cui avevo collaborato, tornai alle riunioni e ricreai una nuova zona. Questa azienda andò avanti per 7/8 anni e poi fallì. Ci ritrovammo quindi a fare le casalinghe, finché, nel 2003, ci contattò Dalmesse Italia, un'azienda sul mercato da diversi anni, ma ancora sconosciuta sul nostro territorio».

La differenza rispetto alle esperienze precedenti? «Mi attirarono i diversi settori merceologici, avevo più possibilità di vendita e, quindi, di reclutamenti, perché ognuno avrebbe potuto scegliere cosa promuovere. Così è stato: iniziai ancora una volta da capo; nuova valigia, nuovi prodotti, nuove riunioni, nuovi gruppi e una nuova zona. Tredici anni dopo sono ancora responsabile di zona (a Bologna e in Emilia) e sempre gratificata da questo lavoro. Ho una certezza: sarà in Dalmesse Italia che chiuderò la mia carriera lavorativa, anche se non so dire quando. Dopo tutti questi anni non so ancora fare a meno della vendita diretta: ormai è nel mio Dna».

“

Adesso vedo molto di più le mie figlie e posso dedicarmi alle mie passioni

## Luca Modolo

Treviso

AMC Italia

Non chiamatelo venditore di pentole; ci tiene a definirsi un "ambasciatore del benessere e della sana e gustosa alimentazione". Allo stesso modo non parlategli di dimostrazioni; per lui sono "feste". In meno di due anni di attività Luca Modolo, quarantadueenne trevigiano di Oderzo, ha cambiato la sua vita. Dopo vent'anni passati nell'azienda di famiglia, una dose di resistenza a un cambio radicale di lavoro era prevedibile, ma Luca non ha impiegato molto a convincersi della bontà delle proposte AMC. «Dopo il diploma di ragioniere programmatore e qualche anno di università sono entrato nell'azienda di famiglia; un'impresa che fungeva da terzista per i mobilieri della zona. Mi sono occupato di amministrazione e di produzione gestendo l'azienda dal punto di vista commerciale. A metà 2014, per la crisi del settore, ho trovato un altro lavoro come responsabile della produzione, sempre nel settore mobiliare; un'esperienza durata poco per la crisi dell'Ucraina».

A questo punto viene in soccorso l'opportunità offerta dalla conoscenza di un amico, che mette in contatto Luca con un responsabile AMC. «Ero molto dubbioso, non sapevo come ci si potesse muovere in quel segmento di mercato; non pensavo, insomma, che quel lavoro fosse fatto per me».

È il contatto diretto con l'azienda, le sue persone e i suoi prodotti a fargli cambiare idea. «Di mio ho sempre avuto una sensibilità per i temi della corretta alimentazione e del benessere, ma quando ho capito come si possa migliorare la vita con la nutrizione sono rimasto strabiliato. Ho utilizzato a casa il campionario di sistemi di cottura AMC e ho verificato di persona tutti i benefici. A quel punto sono entrato a far parte di un gruppo, ho seguito l'iter di formazione aziendale e i risultati sono arrivati, tanto che come candidato al ruolo di responsabile di gruppo mi sto occupando di inserire persone in organico».

Luca a una "festa"

E guardandosi alle spalle, ai trascorsi da dipendente e da titolare d'impresa, non c'è rammarico. «Questo lavoro offre gratificazioni, ottime possibilità economiche e, rispetto a quello che facevo sino a due anni fa, permette una gestione del tempo molto flessibile. Adesso vedo molto di più le mie figlie e posso dedicarmi alle mie passioni, lettura in testa; cose materialmente impossibili quando lavoravo più di dieci ore al giorno». E il momento della vendita, quello su cui nutriva dubbi? «La vendita è l'ultima fase del lavoro; prima bisogna rendere i nostri interlocutori dei party consapevoli della

Luca in auto con le figlie

bontà di quanto stiamo dicendo loro. Come consulente AMC devo essere capace di coinvolgerli a livello logico ed emotivo, devo dare loro delle informazioni che possano essere utili per ripensare le proprie abitudini alimentari. Metto subito in chiaro, ad esempio, la differenza fra alimentarsi e nutrirsi.

Dico sempre: noi siamo sovralimentati e sottonutriti». Significa dare un calcio a tante convinzioni radicate; le persone colgono questi aspetti? «Sì, ci sono molte persone stupite e incuriosite. Capita che mi chiamino persone che non conosco, dopo che i miei clienti hanno parlato con entusiasmo della mia consulenza, per ospitarmi e testare tutti i benefici del sistema AMC, poter assaggiare dei cibi preparati con il sistema stesso e, in seguito, perfezionare la vendita».

Non è strano avere di fronte un uomo che si destreggia ai fornelli durante un party? «Non in questa parte d'Italia; in Veneto e Friuli Venezia Giulia, fra i consulenti, c'è una sostanziale parità numerica donne - uomini. Ma ci sono diversi luoghi comuni da mettere in discussione; se è vero che è ancora oggi la donna a cucinare più dell'uomo, noi vogliamo che ai par-

ty siano presenti le coppie, perché la salute e il benessere sono temi che coinvolgono tutti e le donne vogliono il parere dei mariti quando si tratta di cambiare abitudini. Inoltre, proprio perché sono le donne, quasi sempre, a cucinare, queste, se non opportunamente stimolate, tendono a non cambiare le abitudini. Ho sempre fatto così, perché dovrei cambiare?».

Significa che l'impulso ad acquistare può venire anche dall'uomo? «Se è comune l'apprezzamento per quello che si sente e si assaggia ai party, spesso è proprio l'uomo che vuole comprare». Quali caratteristiche bisogna avere per questo lavoro? «Questo lavoro richiede innanzitutto apertura mentale e capacità di relazionarsi con le persone: la formazione è determinante, poi il valore aggiunto lo dà il singolo, che, in ogni caso, non è mai lasciato solo a se stesso. Io cerco di rendere i miei party più coinvolgenti possibile: trasferire informazioni tecniche non è sufficiente. Per questo dico sempre: siete invitati a una festa, non a una dimostrazione».

“

Se si è innamorati di quello che si fa, il lavoro non pesa

## Donato Palmisano

Cagliari

Vorwerk Folletto

«Ho suonato il primo campanello a 52 anni; avevo chiuso con l'attività di imprenditore e con il porta a porta stavo cominciando una nuova vita». Il ricordo di Donato Palmisano, nato a Abbasanta, in provincia di Oristano, non risale alla notte dei tempi; era il 2011 quando l'ormai ex imprenditore dell'abbigliamento ha abbracciato la vendita diretta. «A scuola ho studiato sino alla terza media, poi ho dato subito una mano a mio padre, che aveva una bancarella di abbigliamento e girava i mercati. Ho continuato così fino ai 23 anni quando, con i miei fratelli, ho aperto una società di vendita all'ingrosso. Per i successivi vent'anni quella è stata la mia attività; un'attività che rendeva, se è vero come è vero che abbiamo aperto diversi negozi all'ingrosso e al dettaglio. Poi, nel 2002, un po' per disaccordi con i miei fratelli, un po' per un mercato che stava conoscendo la crisi, ho lasciato».

Allora aveva già superato i quarant'anni: ha continuato da solo? «Ho aperto altre società di vendita all'ingrosso e anche un negozio di abbigliamento al dettaglio che gestisce mia moglie, ma l'andamento dell'attività non era così brillante. E stavo pensando di passare a qualcosa d'altro». Altro tempo, però, era passato e ricollocarsi diventava sempre più

difficile. «Non nella vendita diretta: io ho sfruttato la visita di un agente di Vorwerk Folletto nel negozio di mia moglie, che dell'azienda era cliente. Devo dire che il mio interesse per un prodotto presentato così bene e di utilizzo così semplice si è incontrato con l'offerta professionale: ho chiesto cosa dovessi fare per entrare in azienda e, giusto il tempo per preparare i documenti, sono partito».

Partito avvantaggiato, visti i suoi trascorsi? «È un'osservazione che mi hanno fatto in tanti, ma non è proprio così vero. Nel porta a porta non sappiamo chi sta dietro alla porta cui andiamo a bussare.
Rispetto al commercio tradizionale, quello cui ero abituato, facciamo acquisizione». Che sarebbe a dire: ogni vendita è una conquista. «Nelle mie attività precedenti ho sempre avuto a che fare con persone che erano già clienti; le loro erano ordinazioni e io mi limitavo a prendere commissioni. Il cliente aveva un bisogno e io lo soddisfacevo. Oggi sono io che devo far emergere il bisogno nel cliente». È una cosa che ha imparato in fretta? «A cinquantadue anni nessuno

Donato nello stand di una fiera

riuscirebbe a cambiare in men che non si dica una mentalità che si è formata in oltre trent'anni di lavoro. Io ho dovuto imparare a essere umile, ho dovuto mettere da parte quella presunzione che mi portavo appresso da imprenditore di lungo corso. Adesso penso di esserci riuscito, ma è servito tempo».

È stato un bagno d'umiltà benefico, alla fine? «Di mio sono ottimista; ed è stato questo atteggiamento a permettermi di cambiare vita. Se si può trovare una soluzione a un problema, perché incupirsi? Non concepisco l'atteggiamento di chi si piange addosso; è comprensibile un momento di tristezza per dover abbandonare quello che si è sempre fatto, ma poi deve arrivare la svolta. E devi trovare la forza dentro di te. Le difficoltà, per me, sono state davvero delle opportunità di crescita». Non esagera con le frasi fatte? «Possono suonare agli estranei come frasi fatte, ma io che sono passato a questa seconda vita lavorativa le sento vere. Dopotutto, soltanto io so cosa significhi andare a suonare ai campanelli di chi era stato mio cliente e

Compleanno in famiglia

notare come mi guardavano nel nuovo lavoro. Non mi dicevano nulla, ma capivo la loro commiserazione. Ma io ho imparato a ignorarli e andare avanti per la mia strada; dopotutto ero qualcuno quando facevo l'imprenditore e sono sempre qualcuno oggi, anche se occupo una posizione sociale diversa. È un atteggiamento comune, purtroppo, quello di non vedere la possibilità di rifarsi una vita; invece nulla è mai finito. Io ho creduto alla possibilità di rimettermi in gioco ancora di più quando ho visto che l'azienda credeva in me. E da quel momento è cambiato tutto».

Dove è arrivato dopo cinque anni e mezzo? «A metà 2014 ho cominciato il percorso per diventare capo vendita e dal 2015 rivesto questo ruolo; è stato un altro cambio di prospettiva nel lavoro, perché non devo pensare soltanto a vendere, ma a gestire altri venditori. È un lavoro di squadra in cui devo pensare agli altri, un po' come accade in famiglia a un vero padre; prima vengono i figli. Penso che se ci comportassimo tutti così in questo Paese le cose andrebbero in modo molto diverso». Non la vedo facile. «Parlo per me, naturalmente. Io parto il lunedì mattina da Sassari per Cagliari e torno sabato sera: è un sacrificio che mi dà grandi soddisfazioni. Del resto se si è innamorati di quello che si fa, il lavoro non pesa».

“

Con la vendita diretta, tra cliente e venditore si instaura un rapporto di fiducia

## Paola Pastore

Roma

Vorwerk Bimby

Era cominciata quasi per gioco, come una sfida con se stessa. Di certo Paola Pastore, di Roma, non avrebbe mai pensato di lasciare il lavoro nell'azienda di famiglia per dedicarsi completamente all'attività di incaricata di Bimby, prodotto di punta di Vorwerk Bimby. E invece è andata proprio così. Paola, dal 1999 al 2014 si è occupata di comunicazione e marketing nell'azienda di famiglia, fondata con il marito Christian. Insieme hanno anche due figli, Camilla, nata nel 2002, e Benjamin, che arriva tre anni dopo.

Proprio nel 2005, quando sta per nascere il secondogenito, Paola sente parlare per la prima volta di un robot che fa meraviglie in cucina: «Dal parrucchiere c'era una cliente che sosteneva che con il Bimby faceva i babà più buoni che a Napoli. Mi sono incuriosita e l'ho acquistato, pensando soprattutto allo svezzamento del piccolo. Da sempre sono molto attenta all'alimentazione, credo che il cibo sia la nostra prima medicina. Se mangiamo bene, viviamo meglio e anche i pensieri diventano più leggeri». Come succede a molte, lo svezzamento è solo un pretesto e ben presto Bimby diventa per Paola un alleato prezioso: «Ho iniziato a cucinare per tutta la famiglia; non ero molto esperta, ma con i corsi e i ricet-

tari messi a disposizione con il Bimby mi è nata la passione per la cucina». Nel 2013 un'amica incaricata convince Paola a diventarlo anche lei: «Ho voluto provare a farlo come secondo lavoro: nell'azienda di famiglia gli orari erano flessibili, quindi organizzavo le dimostrazioni il sabato, la domenica o la sera. Mio marito inizialmente lo considerava una specie di gioco e osservava da lontano, ma con curiosità e rispetto».

Paola non aveva precedenti esperienze nel settore della vendita: «Il passaggio da cliente affezionata a incaricata alla vendita è stato piuttosto semplice. All'inizio mi hanno supportato le amiche, che già sapevano che ero fan del Bimby, anche se avevo dei dubbi: pur conoscendo in modo approfondito il prodotto, non avevo mai venduto niente e non sapevo se ne sarei stata capace. In realtà Bimby fa tutto da solo, si rivela durante la dimostrazione. Il ruolo di noi incaricati è capire quale bisogno e quale desiderio vuole soddisfare

Paola con il suo "alleato" in cucina e sul lavoro

il cliente: c'è chi vuol mangiare sano, chi risparmiare tempo, chi soldi e chi cerca maggiori stimoli in ambito gastronomico». È il canale della vendita diretta a convincere ulteriormente Paola: «Tra incaricato e cliente si instaura un rapporto di fiducia, che spesso diventa affettuosa amicizia: i contatti proseguono dopo la vendita, anziché finire come succede di solito con la vendita a scaffale. Il Bimby, soprattutto l'ultima versione con touch screen e la possibilità di eseguire le ricette in modalità guidata, è intuitivo e non richiede molta assistenza post vendita, ma noi restiamo un riferimento importante per tutti i servizi che ruotano intorno al cliente, dai servizi on-line ai corsi di cucina».

Per un anno e mezzo Paola porta avanti i due lavori, poi nel 2014 il grande passo: lascia l'azienda di famiglia. «È stato un passaggio graduale, non traumatico. È stata un'evoluzione, una scelta di crescita personale e di autonomia. Per fortuna in Vorwerk Bimby ho trovato dei responsabili che mi hanno lasciato il tempo di arrivare da sola a maturare l'idea di diventare incaricata Bimby a tempo pieno». A Paola era stato proposto molto presto

di diventare team leader: «Inizialmente avevo rifiutato, perché tra gli impegni del lavoro principale e i figli non avrei avuto il tempo e la giusta concentrazione da dedicare a questo ruolo. Quando si sono verificate condizioni più favorevoli, dopo un breve periodo come incaricata top, ho accettato di frequentare il corso di formazione avanzata per diventare team leader e con grande determinazione ho affrontato il periodo di prova confermandomi dopo tre mesi».

Dal 2015 Paola ha dunque un nuovo ruolo: «Devo reclutare, formare, affiancare e sostenere gli incaricati del mio gruppo, oltre che continuare a vendere. Il reclutamento per me è una nuova sfida: mi appassiona particolarmente contribuire alla crescita professionale delle persone. Il contatto con gli incaricati è giornaliero, è bello vederli raggiungere gli obiettivi che si sono prefissati, che non sono solo economici: ci sono tante motivazioni che fanno avvicinare le persone al mondo Bimby e uno dei miei obiettivi è quello di individuarle. Spesso sono i miei stessi clienti che si propongono per diventare incaricati: una conferma che il mio entusiasmo è contagioso. Del resto sono consapevole di far parte di un'azienda prestigiosa che mi ha permesso un'importante crescita personale e professionale. Grazie alla continua formazione che mi viene messa a disposizione, la mia evoluzione non subirà mai battute di arresto e potrò dare sempre di più ai miei incaricati ed a me stessa». Anche la figlia maggiore, oggi quattordicenne, ha già iniziato a usare da sola il Bimby: per ora la sua specialità sono i dolci, ma c'è da scommettere che presto passerà anche ad altro.

“

Il successo nella vendita è un connubio tra tecnologia e rapporto umano

## Amedeo Flavio Perna

Caserta

CartOrange

Trasformare una passione in professione. È quello che è riuscito a fare Amedeo Flavio Perna, 50 anni ancora da compiere e molte vite da raccontare. Consulente CartOrange dal 1999, ossia dalla nascita dell'azienda, Amedeo è appassionato di viaggi: per 20 anni ha girato quasi senza sosta, vivendo anche all'estero per lunghi periodi. Per lavoro, si è sempre occupato di vendita. Da quando, fresco di diploma, quasi per scherzo ha iniziato a vendere aspirapolvere per pagarsi l'università. «Non so cosa sia ricevere lo stipendio a fine mese: se lavoro guadagno, altrimenti no. Ho sempre fatto così e ho sempre avuto la libertà di poter organizzare la mia vita. Certo, non è un lavoro adatto a tutti: è fatto di alti e bassi, per riuscire bisogna imparare a non buttarsi troppo giù quando qualcosa non va come previsto, così come a non esaltarsi troppo quando invece qualcosa va per il verso giusto».

Originario di Caserta, Amedeo da piccolo gira l'Italia a seguito del padre che lavora in un'impresa di costruzioni. Verso i 12 anni torna a Caserta, studia dai Salesiani e poi si iscrive a giurisprudenza. Siamo alla metà degli anni '80 e, dopo una breve parentesi in un'azienda della vendita diretta, va all'estero per vendere case in multiproprietà: «Trascorrevo 6

mesi all'anno lavorando tra Baleari e Canarie: quello che guadagnavo, lo spendevo per trascorrere il resto dell'anno a girare il mondo». Quando i 30 anni si avvicinano, Amedeo sente che è tempo di trovare un'occupazione più stabile: torna in Italia e si dedica alla vendita di abbonamenti, fino a quando, nel 1998, un annuncio su un giornale cattura la sua attenzione: è CartOrange che cerca i suoi primissimi Consulenti per Viaggiare. A Firenze sostiene il colloquio con l'amministratore delegato, Gianpaolo Romano, che racconta ad Amedeo il suo sogno: realizzare una rete di vendita di professionisti del viaggio che seguano il cliente a domicilio, senza le tradizionali agenzie, per creare viaggi su misura.

«Ero entusiasta di questo lavoro che allora era davvero nuovissimo e funzionava anche in modo molto diverso da oggi: pochi avevano il cellulare, internet non si usava come adesso. Basti pensare che al corso di formazione ci hanno insegnato a fare copia incolla e cos'è un browser». Amedeo si trasferisce a Firenze e inizia a lavorare come consulente di viaggio CartOrange. Non ha conoscenti o amici in città, ma le risorse non gli mancano:

Amedeo mentre illustra ai clienti un viaggio su misura CartOrange

prende la rubrica del telefono e chiama i professionisti: «Mi presentavo e spiegavo che c'era questo nuovo modo di organizzare i viaggi, personalizzato in base alle necessità dei clienti. Qualcuno riattaccava, ma molti mi hanno ascoltato. Dopo qualche telefonata chiedevo di incontrarli: andavo a casa loro per illustrare chi era CartOrange, perché eravamo diversi e come lavoravamo. Sono diventati i miei clienti più affezionati».

Amedeo con la moglie Dina
e il figlio Ettore

Il 2001 per CartOrange ha segnato la svolta: «L'11 settembre era stato uno choc e molti tour operator si erano ritirati dalla Fiera per gli Sposi di Firenze, in quanto si pensava che nessuno volesse più viaggiare. CartOrange è andata controcorrente e ha partecipato per la prima volta: è stato un successo. Da lì abbiamo partecipato a tutte le fiere sposi, migliorando sempre di più il servizio. Ho vissuto l'evoluzione dell'azienda: uno dei punti di forza di CartOrange è quello di aver sempre colto le novità del mercato, internet e social in primis, senza però dimenticare il rapporto personale. Il successo è dovuto a un connubio tra tecnologia e rapporto umano, che è la nostra forza». Anche in questi anni, Amedeo

riesce a viaggiare molto, anche tramite CartOrange. Stati Uniti, Australia, Oriente, diverse isole dell'Oceano Indiano, dal Madagascar alle Maldive, Sud Africa, India… non c'è Paese che Amedeo non abbia visitato. Tuttavia, dopo una vita trascorsa con la valigia in mano, il desiderio è tornare nel posto che considera "casa", ossia la Caserta della sua infanzia, dove ha parenti e amici. Si trasferisce nel 2007 e dopo poco conosce Dina, la sua futura moglie, e nel 2009 nasce il figlio, Ettore.

Amedeo oggi lavora come consulente di viaggio a Caserta, continua a viaggiare, ma per ora preferisce soluzioni più tranquille, come villaggi e crociere. E si gode la vita: «Uno dei vantaggi del mio lavoro è che, organizzandosi, si riesce ad avere tempo per fare quello che piace davvero. Ieri, ad esempio, ho lavorato fino alle 11.30 di sera, ma questa mattina sono riuscito ad accompagnare mio figlio a scuola e questo pomeriggio alla lezione di tennis. Vederlo crescere e partecipare alla sua vita è un privilegio che pochi hanno».

“

Vendere non è un colpo di fortuna; è una cosa che dipende da te

## Giampaolo Peroni

Brescia

Nuove Idee

Giampaolo Peroni, fino ai 31 anni, aveva un lavoro fisso e balbettava; pochi mesi dopo aver lasciato il posto sicuro per diventare collaboratore di Nuove Idee la balbuzie è scomparsa. Non è questione di miracoli, ma di autostima sì. «La vendita diretta mi ha fatto crescere personalmente e mi ha aiutato a uscire dalla comfort zone» dice. Con comfort zone gli psicologi indicano quel guscio di abitudini che dà sicurezza e in cui ogni persona tende a chiudersi. Con il nuovo lavoro Giampaolo ha fatto il salto verso una professione che gli ha dato più soddisfazioni e gli ha fatto superare limiti che sembravano invalicabili. «Lavoravo come infermiere professionale negli Spedali civili di Brescia, mi ero appena separato e avevo due bambini piccoli -ricorda-; avevo quindi esigenze economiche. Ho letto un'inserzione sul giornale, mi sono presentato in azienda, ho seguito il corso di formazione e, sfruttando la possibilità offerte dai turni ospedalieri, ho cominciato a lavorare».

Nessun timore nel lanciarsi? «Non mi sentivo sicuro; la balbuzie mi frenava, come potevo presentarmi a vendere con quel problema? A tal proposito mi hanno detto "prova questo lavoro e vedrai che ti passa". Mi sono reso immediatamente conto della qualità dei prodotti Nuove Idee,

mi sono messo alla prova, quando non avevo i turni pomeridiani in ospedale, e ho cominciato a vendere. La prima cosa che ho notato è stata la soddisfazione dei clienti: infatti io ho seguito tutti i consigli dei formatori, ma ci ho anche messo del mio. Fino a quel momento nessuno era mai ripassato da un cliente; io ho cominciato a farlo. Da quel secondo passaggio chi aveva acquistato una rete magari comperava anche il materasso, oppure nascevano i contatti per appuntamenti con altre persone con cui aveva parlato».

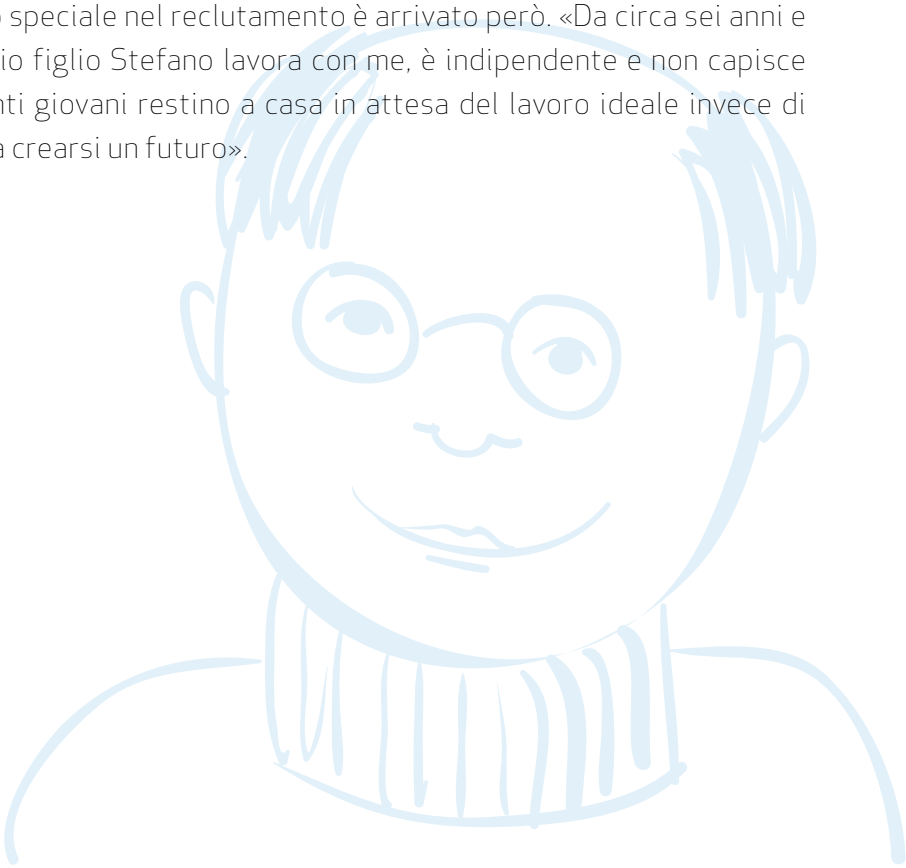
Come è andato quel primo anno? «Ho cominciato part time a metà aprile; quando ho visto che guadagnavo come da infermiere, ma in meno tempo e senza i sacrifici per i turni cui obbliga l'attività ospedaliera, ho deciso di abbandonare il posto fisso e di fare il venditore a tempo pieno. Era settembre; alla fine dell'anno sono risultato il miglior venditore dell'azienda con un fatturato di 175 milioni di lire». Non c'è stato neanche un momento in cui si è pentito della scelta? «No, a parte l'ottimo rapporto che ho avuto

da subito con i titolari, ho capito che non si trattava di colpi di fortuna, ma che le vendite dipendevano esclusivamente da me. In particolare mi sono reso conto che il salto di qualità nei risultati arrivava quando vincevo una mia resistenza a fare qualcosa. Magari non ero convinto di andare a suonare a una certa casa e poi, facendomi forza, i risultati arrivavano. È in quei momenti che si cresce».

Giampaolo in famiglia

Mai conosciute crisi in oltre vent'anni? «Ricordo che già negli anni Novanta si parlava di crisi, ben prima, quindi, che la grande crisi arrivasse. Posso dire che i soldi ci sono; la gente, se non compra, è perché non è convinta. Se si riesce a spiegare bene un prodotto e i suoi vantaggi, la gente compra. Posso dire che, statisticamente, la maggior parte dei miei clienti non si possa definire ricca; in alcuni casi si tratta di genitori che, di questi tempi, sostengono economicamente figli già adulti. Dei miei oltre vent'anni di attività ricordo soprattutto gli incontri in cui le persone non sembravano minimamente interessate all'acquisto all'inizio e che sono diventate poi

clienti eccezionali». Oggi, da direttore di sede, continua la sua attività di vendita? «Certo, come direttore di sede, continuo a vendere, ma faccio anche colloqui per trovare collaboratori. Ed è questo che mi preme: convincere dell'opportunità che rappresenta questo lavoro. Non mi spiego perché anni fa fosse più facile attrarre i giovani; oggi riscontro una grande chiusura mentale verso la possibilità di vendere. E non vale a nulla dimostrare che si può vivere di questo lavoro, e vivere bene. Non mi chiedono nemmeno come faccio, ma se veramente faccio una cosa del genere. È triste; io, facendo questo lavoro, ho incontrato persone, ho fatto esperienze che mi hanno arricchito e ho avuto gratificazioni dai risultati; è incomprensibile il pregiudizio nei confronti di questo lavoro». Un successo speciale nel reclutamento è arrivato però. «Da circa sei anni e mezzo mio figlio Stefano lavora con me, è indipendente e non capisce come tanti giovani restino a casa in attesa del lavoro ideale invece di provare a crearsi un futuro».



“

Con questo lavoro ho acquisito una sicurezza che prima mi sognavo

## Stefano Peroni

Brescia

Nuove Idee

«Consiglio a tutti di provare l'esperienza della vendita diretta. Anche se non dovesse diventare il lavoro della vita vi farà crescere sotto il profilo professionale e umano». Stefano Peroni è figlio d'arte nella vendita diretta, convintissimo della sua scelta, che è maturata alla fine degli studi superiori in controtendenza rispetto ai compagni di classe. Loro all'università, lui a vendere i prodotti di Nuove Idee. «Non è stato il rifiuto dello studio, né una scelta improvvisata -ricorda-; nell'estate del 2008, prima della maturità, mio padre mi ha proposto di seguirlo sul lavoro. L'esperienza mi è piaciuta tanto che ho meditato su questa possibilità per tutta la quinta. Frequentavo il Liceo Umanistico; mi piaceva quell'indirizzo di studi, ma non vedevo possibilità concrete di lavoro. Ho pensato prima a Ingegneria, poi è arrivata la scelta per il lavoro».

Immagino la reazione di professori e compagni. «Erano tutti stupiti, hanno provato a sconsigliarmi, anche se sapevano della mia soddisfazione per quell'esperienza di vendita fatta in estate, ma io ero convinto. Ho aspettato la canonica metà di settembre, come se fossi dovuto tornare a scuola, e mi sono dedicato a tempo pieno alla vendita, con tanto di

apertura di partita IVA e di iscrizione all'albo degli agenti di commercio». Correva l'anno 2009, quindi erano già cominciati i tempi grami della crisi; ci aveva pensato? «Ho cominciato a sentire con una certa frequenza la parola crisi proprio lavorando, ma mi sono subito accorto che non si trattava di difficoltà vissute in prima persona; crisi stava diventando la scusa ufficiale per non comperare». Una scusa che era una difficoltà supplementare nella vendita, però. «Alla luce dei risultati no; ho cominciato a settembre e a novembre ho comperato la mia prima auto. Dopo circa un anno di lavoro sono diventato Junior Manager e ho cominciato a gestire delle persone che portavo con me agli appuntamenti».

Stefano in dimostrazione

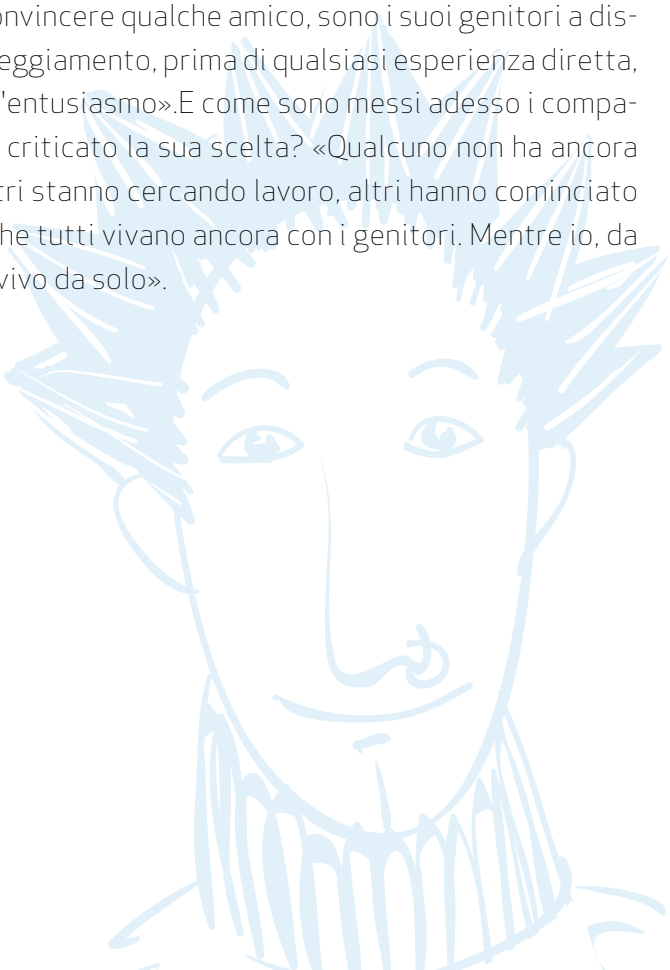
Tutto liscio da subito, quindi. «Mio padre, dall'alto della sua esperienza, mi ha aiutato, soprattutto mentalmente, all'inizio. Non è un lavoro in cui tutto fili liscio in automatico, naturalmente; è un lavoro che può dare grandi soddisfazioni economiche da subito, a patto di metterci il massimo dell'impegno e, soprattutto, dell'entusiasmo». Entusiasmo è

parola d'ordine per i venditori. «L'entusiasmo fa la differenza; è quello che cerco di trasmettere a chi lavora con me ed è quello che serve anche a me per dare il meglio e ottenere risultati. E devo dire che, nel mio caso –e non penso proprio di essere il solo–, il benessere che ne deriva si irradia ben oltre il momento del lavoro». Ai colloqui di lavoro si fa spesso la domanda: come si vede fra tot anni? La sua risposta sembra scontata. «Io sono pienamente convinto che questo sia il mio lavoro; sto bene in questa azienda di cui conosco i titolari da quando ero piccolissimo, dove non sono mai stato considerato il figlio di Giampaolo Peroni, perché l'unica cosa che conta sono i risultati e non il nome. È quindi una professione meritocratica se ce n'è una, dove si vale soltanto per quello che si fa».

Con il padre Giampaolo

E dove bisogna essere disponibili a lavorare fino a tardi e, magari, di sabato. «Succede che il mattino tenga dei corsi e nel pomeriggio cominci a girare per le vendite, ma gli appuntamenti possono essere programmati anche tardi, anzi uno dei migliori momenti per la vendita è proprio il dopocena. Infatti se una persona ha finito la giornata lavorativa è rilassata e più disposta ad ascoltare. Spesso è in queste condizioni che maturano

le vendite più interessanti. Stesso discorso per il sabato, ma io so –e non mi stanco di ripeterlo ai collaboratori- che una sola buona giornata può ribaltare l'andamento di un mese un po' troppo calmo». Il suo entusiasmo contagia? «Io, con questo lavoro ho acquisito una sicurezza che prima mi sognavo: provavo vergogna a parlare con gli sconosciuti, problema che, adesso, non ho più. Anche soltanto per questa conquista dovrei dire grazie al mio lavoro. Il punto è che questo lavoro porta continuamente a vincere le resistenze al cambiamento e le cose che sembravano pesanti si scoprono fattibili. Quando racconto la mia esperienza noto incredulità. Quando mi riesce di convincere qualche amico, sono i suoi genitori a dissuaderlo. È questo atteggiamento, prima di qualsiasi esperienza diretta, a tagliare le gambe all'entusiasmo».E come sono messi adesso i compagni di liceo che hanno criticato la sua scelta? «Qualcuno non ha ancora terminato gli studi, altri stanno cercando lavoro, altri hanno cominciato a lavorare. Mi risulta che tutti vivano ancora con i genitori. Mentre io, da più di due anni ormai, vivo da solo».



“

La vendita diretta è stata una sfida: fare qualcosa dove non succede nulla

## Angela Petitti

Rocca di Neto (Crotone)

Avon Cosmetics

È riuscita a mandare in gita il figlio di 8 anni, ha aiutato economicamente la suocera che vive con la pensione minima a Torino e paga quelle utenze domestiche che, con il marito che da qualche mese lavora senza essere pagato, diventerebbero un problema. Angela Petitti, due anni fa circa, aveva scelto Avon quasi per gioco, poi con l'andar del tempo la cosa è diventata così seria che adesso a lavorare per l'azienda ci sono anche il marito e il figlio. Nata a Torino 32 anni fa, sposata e madre di tre figli, Angela vive a Rocca di Neto, paese in provincia di Crotone di nemmeno 6mila anime, dove si contano una farmacia, un bar e un negozio di alimentari. «Diciamo pure che non c'è nulla –ammette Angela–; molti nativi del luogo sono emigrati e, da sette-otto anni, buona parte della popolazione residente è di origine romena».

Licenza media, casalinga, Angela non aveva avuto esperienze lavorative in precedenza: matrimonio e tre figli cui pensare l'occupavano abbastanza. Poi, in televisione, nemmeno due anni fa, vede una pubblicità di Avon per la ricerca di collaboratori. La sfida è lanciata, Angela la raccoglie. Al primo colloquio con la persona che è ancora adesso la sua responsabile, Maria Antonietta, convince ed esce convinta. «L'ho vissuta come

una sfida con me stessa. Mi sono detta: vediamo cosa riesco a fare in una zona dove accade poco o nulla. Maria Antonietta era stata chiara: più lavori più guadagni. E poi, oltre a vendere i prodotti, avevo un altro obiettivo, raccogliere nomine per nuovi collaboratori. È andata subito bene: sono diventata presentatrice junior platino. Mi è stato chiaro che se una persona tiene veramente a quello che fa riesce. Io ho raccolto cinque nomine in quattro campagne».

Angela e la famiglia

Come si fanno ordini in una realtà così poco viva? «Tengo i contatti con le mie clienti anche con il telefono, con whatsapp; in questo modo arrivo dove mi sarebbe altrimenti difficile. Quello che ho imparato in un anno e mezzo di lavoro con Avon è non lasciar perdere alcuna possibilità: l'estate scorsa al mare ho approfittato delle conoscenze che si fanno in spiaggia per presentare i prodotti Avon. Mi sono portata la borsa con i campioni e ho fatto fruttare anche i momenti di riposo raccogliendo ordini». Il segreto sembra non fermarsi mai. «Bisogna sapere cogliere e crearsi le occasioni, è un atteggiamento che paga in termini di risultati

se è vero che in meno di due anni sono diventata Avon leader e l'ho fatto superando obiettivi che non mi sembravano alla mia portata, anche grazie a Maria Antonietta Esposito, che non finirò mai di ringraziare. Come Avon del resto, non mi sono mai sentita sola. Ci sentiamo tutti i giorni, so che posso contare su di lei e la sua vicinanza mi dà ulteriore sicurezza».

Oltre alla vendite sono le nomine a fare risultato. «Ci ho puntato, e anche per queste vale la regola di crederci fino in fondo. Alla bancarella del mercatino di Natale è passata un'intera giornata senza raccogliere un nominativo. Quando stavo per raccogliere il materiale e andarmene sono spuntate due persone e la giornata ha avuto una svolta; una persona rumena e un'italiana: adesso la persona rumena è diventata Avon Leader».

Nelle sue nomine ci sono due famigliari. «Mio figlio maggiore non lavora ancora, frequenta le serali, l'ho iscritto ad Avon e si sta dando da fare con amici e amiche; i maschi, anche se può sorprendere, comprano e si orientano su profumi, schiuma da barba, prodotti per il benessere dei piedi; le ragazze su profumi, prodotti per il corpo, matite che danno un effetto scintillante oggi molto di moda. Quanto a mio marito, la resistenza iniziale è stata molto più forte; si sentiva in imbarazzo, come è normale per un uomo, ma poi ha vinto questo blocco. Adesso offre i prodotti ai colleghi, sfrutta ogni occasione per proporre quello che è sul catalogo di Avon (la nostra macchina ne è piena), anche quando è al distributore della benzina, e adesso mi accompagna persino alle dimostrazioni». Mai una difficoltà nella vendita? «So perfettamente che i clienti non comprano sempre –ci mancherebbe–, ma noi possiamo proporre altro quando qualcuno ci dice che non acquista o non ha bisogno di cosmetici. In catalogo ci sono abiti, articoli per l'igiene, bigiotteria ecc....E se i clienti

non comperano in una campagna potrebbero essere interessati alle proposte Avon di quelle successive e farsi vivi senza nemmeno che li chiami io». La soddisfazione più grande? «Il grazie di mio figlio minore di otto anni; è stato grazie a quello che guadagno con Avon che è potuto andare in gita con la scuola al parco preistorico di Lamezia. Da grande vorrebbe fare il paleontologo».

“

Da dipendenti si fa quello che si deve, nella vendita diretta non puoi sederti sugli allori

## Marco Saporito

Torino

Fi.Ma.Stars

Da piccolo assisteva ai party organizzati dalla madre, da grande ha deciso di imitarla. Marco Saporito, 46 anni, di Venaria Reale (Torino) è un figlio d'arte: «Mia mamma lavora nella vendita diretta fin da quando ero bambino: ha cominciato con le dimostrazioni e poi è diventata dirigente. I primi tempi io e mia sorella andavamo spesso con lei, per noi era un divertimento. Oggi sono io che porto mia figlia Chiara ad assistere alle dimostrazioni».

Da 20 anni nella vendita diretta, Marco lavora da un anno per Fi.Ma.Stars, azienda che si occupa di soluzioni a 360 gradi per il benessere, utilizzando il principio del magnetismo. Marco ha seguito le orme materne, lavorando per diverse aziende della vendita diretta, tra cui un'importante azienda di cosmetici in cui già lavorava la madre, dove è restato per 12 anni. Poi ha deciso di cambiare: «Cercavo nuovi stimoli, ho voluto lasciare per ricominciare da capo. L'occasione più importante mi si è presentata con Fi.Ma.Stars: è stato lo stesso fondatore, Marino Scapinello, insieme con la moglie Barbara, a venire a casa mia per propormi di diventare incaricato della sua azienda. Mi ha convinto spiegandomi in cosa consiste il magnetismo e facendomi vedere i prodotti. Fi.Ma.Stars

è un'azienda seria e professionale: è meno conosciuta rispetto alle altre in cui ho lavorato, ma mi è piaciuta perché tratta aspetti importanti, in quanto riguardano il benessere, e lo fa con quello che secondo me è l'approccio giusto, ossia puntando molto sull'informazione e organizzando anche convegni ad alto livello e con attenzione per le nuove scoperte scientifiche, aperti anche ai clienti. È un'azienda che deve assolutamente crescere, io darò il meglio di me affinché ci riesca».

A una prima reazione di scetticismo, subentra subito l'interesse: «L'atteggiamento dei clienti cambia perché le nostre argomentazioni sono dimostrabili. Per esempio quando faccio vedere che, grazie al nostro Kydoslive, l'acqua del rubinetto diventa come quella che sgorga dalle fonti di montagna, per molti è una rivelazione. Ci sono anziani che erano abituati a portare cestelli di bottiglie d'acqua su per le scale che ora mi ringraziano ogni volta che mi incontrano». Grazie all'esperienza, unita a carisma, passione, impegno e professionalità, anche in Fi.Ma.Stars Marco fa carriera: «Sono responsabile

Marco con alcuni dei prodotti Fi.Ma.Stars

di zona, le regioni di cui mi occupo sono Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria. Il mio ruolo è reclutare e addestrare persone che poi si appassionano del prodotto e del mestiere. Al momento ho un gruppo di una cinquantina di persone, ma le prospettive sono di crescita. Quando si lavora da dipendenti si fa quello che si deve, mentre nella vendita diretta non puoi sederti sugli allori: posso fare i miei calcoli e sapere che, se lavoro bene, tra un anno il mio gruppo arriverà a 100 persone, tra 2 anni a 200. So che è possibile perché lo ho già fatto».

Oltre alla figlia, Chiara, la famiglia di Marco è composta dalla compagna Giusy e dai due figli di quest'ultima, Simone e Serena. «Il mio lavoro mi permette non solo di mantenere la famiglia, ma anche di coltivare hobby e passioni. Quando dico qual è il mio lavoro a chi non conosce il mondo della vendita diretta, resta stupito e fatica a pensare che questo sia un lavoro vero. Per me questo è lavoro come e anche più di altri, anche perché ti impegna sempre. Quando lavori in ufficio, dopo le 8

Marco con la compagna Giusy
e i figli Chiara, Simone e Serena

ore canoniche puoi staccare la testa e dimenticartene: nella vendita diretta può capitare di avere nello stesso giorno un corso di formazione, un meeting e poi la sera fare dimostrazione, senza considerare il cellulare che squilla sempre. Ogni giorno è da costruire».

Per la famiglia Saporito, la vendita diretta è di casa: « Mia mamma, anche se in pensione, non ha ancora appeso il campionario al chiodo: è anche lei incaricata Fi.Ma.Stars e ogni tanto fa qualche dimostrazione. Mia figlia invece alle volte mi segue durante la dimostrazioni, ma è ancora presto per dire se proseguirà su questa strada. Per quanto mi riguarda la trovo una professione favolosa, da gestire come si preferisce e che si concilia anche con gli impegni di una famiglia. È un lavoro considerato inusuale, ma per me è il miglior lavoro del mondo, non lo cambierei con un posto fisso. Ero quasi dirigente d'azienda, poi ho ricominciato da capo. Non so dove altro sarebbe stato possibile».

“

Non lavoro solo per guadagnare; è un modo per stare con le persone

## Flora Sciancalepore

Bari

Avon Cosmetics

Per una volta è stata la figlia a passare il testimone alla madre. Ma anche se le consuetudini sono saltate l'importante sono i risultati e quelli ottenuti da Filomena (Flora) Sciancalepore, dopo un solo anno di attività in Avon presentatrice socia, ora socia professional, parlano chiaro. Nata a Bari 51 anni fa, diploma di ragioniera, senza alcuna esperienza lavorativa precedente perché casa e quattro figli erano già un impegno sufficiente, Flora si è affacciata al mondo della vendita diretta a 43 anni. «Tutto è nato quando Valeria, la secondogenita, ha terminato le scuole superiori; date le difficoltà nel trovare un lavoro è stata una vicina a suggerirle la possibilità di entrare in Avon. Valeria ha accettato e io, per quello che potevo, ho cominciato a darle una mano».

Sentimento di protezione materno o inizio di una passione? «Mi ero ricordata che anche mia madre acquistava prodotti Avon, lo aveva fatto tanto tempo prima e me ne ero dimenticata; ho seguito mia figlia per darle una mano, dopotutto conoscevo molte persone; perché non proporle come potenziali clienti? Non solo la cosa ha avuto successo, ma ho anche scoperto che questa attività appassionava molto più me che mia figlia». A questo punto è lei a passare in prima linea. «Dopo un paio d'anni

di buoni risultati, tanto da garantire a mia figlia la partecipazione al galà delle socie, Valeria trova lavoro come estetista, lavoro che fa ancora e che le piace. Avon passa a me». A quel punto era quasi naturale, ma fino a due anni prima non se lo sarebbe mai immaginata. «Io comperavo cosmetici esclusivamente in erboristeria, ho cambiato opinione provando i prodotti di Avon e trovandomi a meraviglia in un'attività fatta di contatto diretto con le persone. Del resto, a scuola, sono stata rappresentante di classe per i genitori, quindi non ho mai avuto problemi a relazionarmi. Con i clienti mi capivo al volo, inoltre, a 40 anni passati e con i figli ormai abbastanza grandi da badare a se stessi, quale altra possibilità lavorativa avrei potuto avere? Avon me l'ha data e a me è piaciuta subito».

Flora, a destra, con una cliente

Strada in discesa a questo punto. «Purtroppo no, perché nasce qualche problema in famiglia per via dei problemi di salute di mia madre e, di conseguenza, con un impegno maggiore anche verso mio padre, ma non ho lasciato perdere». Casa, marito e figli, genitori anziani, come ce l'ha fatta? «L'attività di vendita diretta lo permette; le mie clienti sanno che ho

delle finestre di tempo nella giornata da dedicare a loro, quando posso passare a domicilio per mostrare loro il catalogo o fare consegne. Oggi, poi, con le possibilità offerte dai social media e dalle app, possiamo essere sempre in contatto. Durante la giornata posso dedicarmi ad Avon per una parte della mattina, nella parte centrale del pomeriggio e, dalle 22.00, a casa, rivedo gli ordini e scrivo alle clienti».

Oggi l'attività di Avon è un aiuto ulteriore per la situazione lavorativa del marito, da quattro anni ormai in mobilità. «Gli mancano ancora un paio d'anni alla pensione, in questo senso la mia attività fa comodo al bilancio familiare. Va detto che questa situazione ha qualche risvolto positivo perché in casa ho un aiuto in più; la collaborazione non mi manca». Raggiunta la tranquillità economica si fermerebbe? «No , non lo faccio solamente per guadagnare; è un modo per stare in contatto con le persone e creare nuove relazioni; inoltre è una sfida continua. Gli obiettivi che ci pongono, campagna per campagna, sono uno stimolo continuo

Flora nel giorno del matrimonio della figlia

di cui ho bisogno». La vendita diretta come una rete di relazioni. «Io la vivo così e come in passato ho aiutato mia figlia con le mie conoscenze a trovare clienti oggi è lei a suggerire ai clienti del suo centro estetico la possibilità di servirsi da me per i prodotti Avon». È una rete che si allarga, oltre che con nuovi clienti, anche con le nomine? «Da quando in questa zona c'è una Avon leader ho cominciato anche a fare nomine; per esempio ho fatto entrare in azienda i miei nipoti che, una volta terminata la scuola, non avevano ancora trovato nulla». Otto anni come presentatrice di Avon, guarda caso quelli della crisi dei consumi: come ce l'ha fatta? «Io vado incontro alle persone, le ascolto, se mi dicono che non possono comperare o se comperano poco ci sarà un'altra campagna. I prodotti che tratto sono di consumo, quindi ci si rivede con una buona frequenza. L'importante è essersi creati un buon giro. Non ho mai avuto problemi in questo senso: se devo essere sincera, molto spesso sono i clienti a chiamarmi».

“

Per ogni "no" che ricevo, so che troverò tanti disposti a dire "si"

## Ndoye Selle

Pisa

bofrost* Italia

Lui lo chiama destino. Potrebbe essere definito anche fato, coincidenza o fortuna. Sta di fatto che una serie di eventi concatenati in modo casuale ha portato un ragazzo che viene dall'Africa a diventare il migliore promoter bofrost* di sempre. È la storia di Ndoye Selle, trentasettenne originario del Senegal, che oggi riesce a reclutare più di 250 nuovi clienti al mese. Simpatico e spigliato, gira l'Italia suonando i campanelli e proponendo i prodotti surgelati di bofrost*. Non manca qualche porta in faccia, qualche commento poco simpatico, ma Ndoye non è tipo da scoraggiarsi: «Per ogni "no" che ricevo, so che se faccio qualche passo troverò una persona più "open minded", che sarà ben felice di provare i nostri prodotti».

Ndoye, oltre a un fluente italiano, parla altre tre lingue (senegalese, francese e inglese) e ha una laurea nel suo Paese. La meccanica è sempre stata la sua passione e, per un certo periodo della sua vita, è anche stato il suo lavoro: «Dopo gli studi, sono stato meccanico in Africa. Lavoravo per marchi importanti come la Mercedes e la Hyundai, era una professione che mi piaceva e che ho svolto per sette anni – afferma -. In Africa però non vedevo un futuro, così ho deciso di licenziarmi e di

venire in Europa. Il mio sogno era andare in Germania e fare il meccanico». Il destino però ci mette lo zampino e scompiglia le carte: nel tragitto verso la Germania, Ndoye fa tappa in Toscana, a Prato, per visitare delle cugine e decide di rimanerci. I primi tempi sono difficili: non è in regola con i documenti e non parla italiano, quindi deve accantonare i suoi studi e la sua professionalità e ricominciare da capo. «Non ho fatto nessuna scuola per imparare l'italiano, ma l'ho appreso per strada, parlando con le persone. Sono riuscito a trovare qualche lavoretto saltuario, mi sono dato da fare, poi ho cominciato a lavorare nel settore del tessile».

La svolta arriva a ottobre del 2010, quando riesce a mettersi in regola con i documenti e può iniziare a cercare un lavoro vero. Un amico gli parla della vendita a domicilio e decide di provarci. «Ho fatto il colloquio e la prova per una settimana e mi è piaciuto. Questo è stato il mio primo lavoro nella vendita diretta e devo dire che mi riusciva piuttosto bene: nel 2012 sono stato il secondo venditore in Italia dell'azienda per cui lavoravo. Anzi, probabilmente

Ndoye mentre compila il modulo d'ordine di un nuovo cliente

sarei stato anche primo, se non fosse che ogni anno, per tre mesi, non lavoro perché torno in Senegal: è pur sempre la mia terra d'origine e per me è importante trascorrere del tempo lì, per mantenere vivo il legame con amici e parenti».

Di nuovo entra in gioco il destino, che fa incontrare Ndoye con un venditore bofrost* che gli propone di unirsi a loro: «L'azienda mi è piaciuta e ho deciso di cambiare. Lavoro per bofrost* da febbraio 2015 e sono un promotore, ossia cerco nuovi clienti a cui far conoscere e provare i prodotti bofrost*. È un'attività che mi piace, perché mi permette di avere sempre i miei spazi per tornare in Senegal a trovare la mia famiglia».

Ndoye si è trasferito da Prato a Castelfranco di Sotto, in modo da essere più vicino alla filiale bofrost* di Pisa dove lavora, anche se è spesso in giro per l'Italia: «Noi promoter veniamo mandati a lavorare nelle zone in cui c'è bisogno di aumentare il numero di clienti, quindi spesso trascorro dei periodi più o meno lunghi lontano da casa. Ogni giorno suono i campanelli, mi capita di trovare persone

che hanno approcci molto diversi. C'è chi è un po' diffidente e chi, vedendomi, pensa che sia venuto a disturbare o a chiedere un euro. Insomma, è normale trovare persone poco simpatiche, ma non ci faccio caso e vado avanti. Sono una persona positiva e uno degli aspetti che preferisco di questo lavoro è proprio il contatto con la gente. Mi piace la mia vita e penso di rimanere in Italia, alla fine è stato il destino a volerlo. E non posso che ringraziarlo, questo destino, visto che mi ha fatto incontrare bofrost*».

“

Dopo i primi giorni di prova ho capito che questa era la mia strada

## Marco Sostegni

Prato

bofrost* Italia

«Non avrei mai pensato che nella vita questo sarebbe stato il mio lavoro. Invece sono passati quasi 17 anni da quando guido i furgoncini bofrost*». Marco Sostegni, classe '77, vive a Prato ed è uno dei circa 2mila dipendenti bofrost* che gira sulle strade italiane per consegnare i prodotti surgelati a domicilio. Ci è voluto un tir parcheggiato fuori posto a far incontrare Marco con bofrost* . Ma andiamo con ordine. Dopo la maturità al liceo scientifico, Marco, che vive a Campi Bisenzio (Firenze), si iscrive alla facoltà di Economia e Commercio: «L'università è stata un percorso quasi obbligato dopo il diploma, anche se il mio declino scolastico, che era iniziato già alle superiori, è proseguito all'università – scherza Marco -. Dopo un anno e un solo esame superato ho capito che non era la mia strada. Così, in attesa della chiamata per il servizio di leva, che allora era obbligatorio, ho iniziato a fare il fattorino».

Un bel giorno, mentre guida lo scooter, Marco si distrae un attimo per controllare i pacchi: bastano pochi secondi di disattenzione per non accorgersi del grosso tir parcheggiato a bordo strada. L'impatto è violento e il ragazzo riporta diversi tagli e contusioni facciali, oltre a una frattura

scomposta della tibia. «Sono restato in ospedale per 18 giorni e a letto per quasi quattro mesi, ma posso dire che mi è andata bene: all'epoca il casco non era obbligatorio ed ero fortunato a essere ancora vivo». Alla fine della convalescenza, Marco si mette a cercare lavoro e si imbatte in una ditta di distribuzione di surgelati a domicilio.

«Al colloquio mi sono presentato zoppicando sulle stampelle e per di più accompagnato dalla mamma, visto che non potevo guidare. Ero convinto di non avere nessuna speranza di passare la selezione, invece devo avere fatto una buona impressione, forse perché si sono accorti della mia buona volontà. Fatto sta che mi hanno chiamato per due giorni di prova, al termine dei quali mi hanno salutato con il classico: "Le faremo sapere". Pensavo che la mia carriera in bofrost* fosse terminata lì, invece mi hanno richiamato complimentandosi per il lavoro svolto. Così mi sono trovato a "girellare" su uno di quei furgoncini bianchi che avevo visto tante volte per la strada».

Marco con il furgoncino refrigerato con cui effettua le consegne

È il 1° luglio 1999, una data che Marco ricorda bene, visto che da quel giorno bofrost* entra a far parte della sua vita, restandoci a lungo. La filiale di riferimento è quella di Prato, dove parte tutte le mattine con il suo camioncino refrigerato pieno di specialità bofrost*. Il suo primo incarico è venditore nella zona di Quarrata, vicino Pistoia: deve andare nelle case dei clienti bofrost* a proporre l'acquisto dei prodotti e delle novità. Marco, che è una persona simpatica e solare, ci mette poco a entrare nel cuore della gente: «I miei clienti si erano affezionati, ero quasi uno di casa: ogni due settimane andavo a trovarli, spesso mi offrivano un caffè e intanto illustravo il catalogo bofrost*».

Marco con la moglie Silvia
e il piccolo Alessandro

Dopo 10 anni, a Marco viene assegnata una nuova mansione: consegnatario a Firenze città. «Dal 2009 consegno a domicilio i prodotti surgelati precedentemente acquistati tramite call center. L'interazione con i clienti è più veloce rispetto a prima, ma negli anni si è stabilito comunque un bel rapporto. Quando mi sono sposato con Silvia, nel 2014, molti mi hanno fatto un regalo. E anche quando è nato mio figlio Alessandro, il 14

aprile 2016, in molti mi hanno telefonato in ospedale per farmi le congratulazioni. Qualcuno mi ha anche preso un pensierino: proprio oggi una signora mi ha regalato un bellissimo angelo in ceramica. Sono gesti che fanno piacere e che mi gratificano ancora di più per il mio lavoro». Un lavoro che Marco non avrebbe mai pensato di fare: «Conoscevo l'azienda perché avevo visto tante volte i furgoncini per le strade, ma mi dicevo che non avrei fatto questo lavoro mai e poi mai. Invece già dopo i primi giorni di prova ho capito che sarebbe stata la mia strada: mi è piaciuto subito e continua a piacermi oggi, dopo tanti anni. Il mio è un lavoro porta a porta un po' atipico, non suono i campanelli di sconosciuti, ma di persone che sono già clienti. È un po' come un negozio, solo che siamo noi ad andare dai clienti e non viceversa».

A casa di Marco i prodotti bofrost* non mancano: «Mangio tutti i giorni nei piatti col bordino blu con la frutta disegnata che mia moglie ha preso con una promozione bofrost* ancora prima che iniziassi a lavorarci: lei era cliente già prima di conoscermi. Ovviamente anche adesso nel nostro congelatore i prodotti bofrost* non mancano: i miei preferiti sono i gelati, ma abbiamo un po' di tutto. Anzi, il primo mese dopo la nascita di mio figlio ne abbiamo consumati in grande quantità: sono una soluzione comoda e pratica che tante volte ci ha risolto la cena».

“

Se sei professionale e fai capire che di te ci si può fidare la nazionalità non conta

## Tomorr Kajtazi

Trento

Vorwerk Folletto

Circa vent'anni fa, a Durazzo, il sedicenne Tomorr Kajtazi è salito su un piccolo gommone. Con lui c'erano più di venti persone, la destinazione era l'altra sponda dell'Adriatico. Tomorr sapeva già dove andare: la sorella lavorava come cameriera in Val di Non. Il viaggio –dice– è molto simile a quello che oggi affrontano i migranti dall'Africa. Nato nel 1982 a Bajram Curri, città dell'Albania situata nel distretto di Tropojë, nel nord dell'Albania quasi ai confini con il Kosovo, Tomorr prende la via del mare dopo aver completato le scuole medie. L'Italia per gli albanesi è il Paese della speranza e del lavoro e così è anche per Tomorr che, dopo poco tempo, è lavapiatti. «L'ho fatto per qualche mese, poi sono passato a una falegnameria. Lì ho lavorato per tredici anni, assunto a tempo indeterminato».

Meglio di così. «Nel frattempo mi sono anche sposato e sono nate tre figlie, che oggi hanno rispettivamente 11, 8 e 6 anni. Le cose andavano bene; del guadagno non c'era da lamentarsi, ma io volevo cambiare». Funzionava tutto al lavoro e a casa: perché cambiare? «Io lavoravo nel reparto segheria: arrivavo il mattino, salutavo e per il resto della giornata, per il rumore che c'era nell'ambiente, mettevo le cuffie e non scambiavo una

sola parola con i colleghi. Mi sentivo un po' chiuso». Cosa cercava? «Un lavoro in cui ci fossero contatti con le persone. L'occasione è arrivata grazie a un amico: aveva comperato una scopa elettrica Folletto e mi ha fatto sapere che l'azienda era alla ricerca di personale. Volevo provare, così ho incontrato il mio ex capo gruppo e ho cominciato». E a casa come hanno preso la decisione? «Mia moglie aveva un po' di paura, non era del tutto convinta; atteggiamento comprensibile, perché avevamo già tre figlie e io ero l'unico a lavorare. Però mi ha lasciato scegliere: sei tu che lavori –mi ha detto–, se te la senti fallo pure».

E lei se l'è sentita. «Ammetto di non aver mai pensato prima di fare il venditore: sono sempre stato timido. Un po' di paura l'avevo anch'io –è naturale–, ma quando ho visto che altri ce la facevano mi sono detto: perché non potrei farcela anch'io? E poi avevo un motivo in più per non fallire». Che era? «La mia famiglia, mia moglie mi avevano dato fiducia; io mi sono sentito ancora più motivato a fare bene. Sentivo la responsabilità e ne ho ricavato l'energia

Tomorr con lo strumento di lavoro prima di un' acquisizione

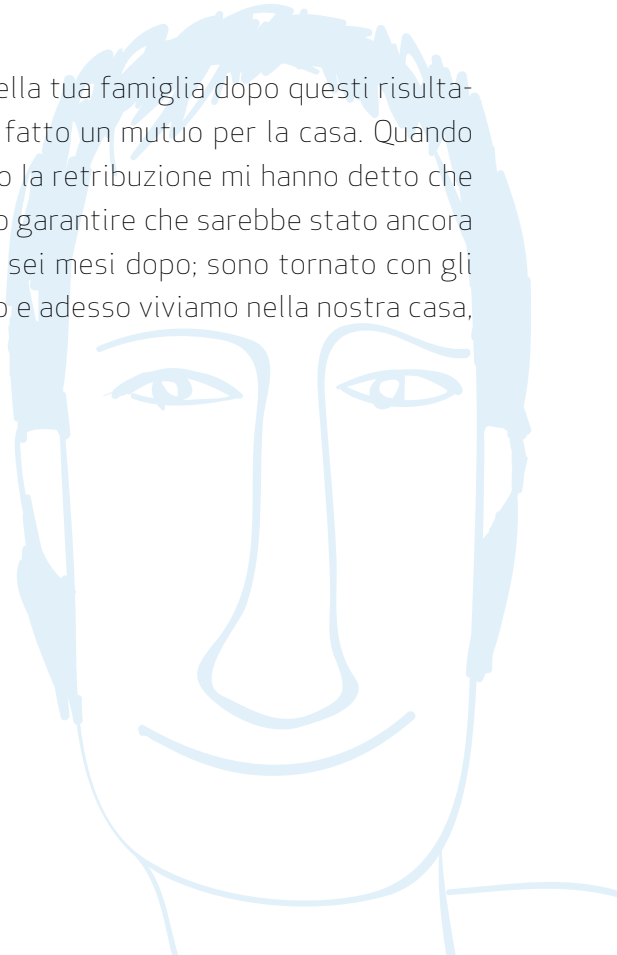
per dare il meglio di me». Tutto apprezzabile, ma è stato sufficiente per sfondare come venditore? «Direi una bugia se parlassi di strada in discesa da subito; è vero che questo lavoro è per tanti, ma sappiamo che non è per tutti e anche chi ottiene buoni risultati deve prima imparare il metodo. A me è servito un po' di tempo».

Tomorr con la moglie prima di un viaggio

In verità, entrato in Vorwerk Folletto nel novembre 2012, Tomorr ha imparato in fretta se è vero che, nel 2013, è risultato il terzo venditore in Italia con 1059 apparecchi venduti e nel 2014 è stato primo con 1331. Se è vero che abitavi in Italia da diversi anni e parlavi bene la nostra lingua, i clienti capivano comunque che eri straniero: neanche questo ti ha fermato? «Conoscevo bene l'italiano, ma parlavo –e parlo– ancora meglio il dialetto del Trentino, che è forse più usato dell'italiano nella vita di tutti i giorni. La maggior parte dei clienti capiva che ero straniero soltanto quando si arrivava alla firma del contratto. E, in ogni caso, la lingua madre o la nazionalità passano in secondo piano se dimostri al cliente di essere professionale e se fai capire che

sei persona di cui potersi fidare. A me questo è riuscito». Ma una cosa è riuscire a vendere, un'altra è essere il primo agente d'Italia al secondo anno di lavoro. «Lo stupore è stato generale, ma un risultato di quel tipo non arriva mai per caso; un'azienda attenta e presente come Vorwerk Folletto ti supporta, ti gratifica, ti motiva, ti aiuta a farti credere in te. Anch'io non avrei mai pensato di arrivare così in alto, ma la mia storia dimostra che la cosa non è impossibile. Mi sono commosso quando il risultato è stato ufficiale, sono stato intervistato dai giornali e quando mio padre, che è rimasto in Albania, l'ha saputo mi ha detto semplicemente: lo sapevo che eri un grande».

Cosa è cambiato nella vita tua e della tua famiglia dopo questi risultati? «Siamo più tranquilli, abbiamo fatto un mutuo per la casa. Quando sono andato in banca e hanno visto la retribuzione mi hanno detto che andava benissimo, ma come potevo garantire che sarebbe stato ancora così? Ci siamo dati appuntamento sei mesi dopo; sono tornato con gli ultimi guadagni, ho acceso il mutuo e adesso viviamo nella nostra casa, a Mezzolombardo».



## Vendere è la molla che mi dà la sveglia ogni mattina

## Renato Tondo

Modena

Vorwerk Folletto

«Ho richiesto proprio ieri mattina agli uffici di Vorwerk Folletto la classifica aggiornata dei gruppi, non soltanto della mia zona ma italiana». Renato Tondo, raggiunto al cellulare per l'intervista mentre si trova nel Salento per il viaggio aziendale, non perde d'occhio il lavoro neanche nella settimana di relax che si è meritato, con il suo gruppo, per i risultati di vendita ottenuti nell'ultimo mese di settembre. «Sono competitivo: è una di quelle molle che mi danno la sveglia ogni mattina».

Renato, nato a Campi Salentina nel 1980, e trasferitosi a Modena all'età di 18 anni, è laureato in Giurisprudenza perché voleva fare l'avvocato. «In verità, già al secondo anno di corso, ho capito che quel lavoro non faceva per me. Ho comunque continuato, perché la materia mi piaceva. Non avevo in mente cosa avrei fatto di preciso, ma sapevo che mi sarei comunque adattato perché, fin da ragazzino, avevo fatto diverse cose per guadagnare». Laurea in tasca, cosa si è trovato a fare? «Ho lavorato con mio fratello, che era broker, ma l'intermediazione finanziaria non faceva proprio per me. Ho tenuto duro per un paio d'anni e poi ho detto basta. Per il carattere che ho quel lavoro mi andava stretto: io avevo bisogno

di vedere i risultati del mio impegno in tempi brevi e in quel campo il sistema delle provvigioni è molto lento. Ho mollato e mi sono trovato in alto mare: è stato un periodo breve, di qualche mese soltanto, ma di gran lunga il peggiore della mia vita».

Come ne è uscito? «Un coinquilino mi ha parlato di Folletto; io non conoscevo il prodotto, perché nessuno nella mia famiglia lo aveva in casa, come non conoscevo la vendita porta a porta. Però un po' di vendita l'avevo fatta quando ero molto giovane. Era una cosa semplice; si trattava di vendere panini e bibite, ma è stata utile perché non ho mai conosciuto l'ostacolo della timidezza nel propormi alle persone». Un inizio sul velluto, dunque? «Tutti quelli che mi stavano intorno erano contrari alla mia scelta, ma io non vivevo il campanello con paura. Assistevo alle vendite facendo affiancamen-

Una dimostrazione in casa di clienti

to e mi dicevo : questo potrei farlo meglio io. I risultati nella vendita sono arrivati in fretta. Entrato in Vorwerk Folletto nel novembre 2009, ho venduto, nel 2010, 859 apparecchi. Poi è sopravvenuto lo stress, ho sentito improvvisamente il peso della responsabilità e lì ho capito di avere alle spalle una grande azienda che mi ha compreso e ha voluto aspettarmi. Avrei concluso l'anno come venditore e poi avrei rivestito il ruolo di capo vendita dall'inizio del 2011».

Ha funzionato? «Io mi sono sentito subito più tranquillo, devo ammettere però che mi è servito un certo tempo per interpretare correttamente il mio nuovo ruolo. Non dovevo più soltanto pensare a vendere, ma dovevo anche occuparmi di gestire altre persone; cosa che, all'inizio, non mi riusciva naturale. Continuavo a pensare e ad agire come un venditore; non avevo capito che ero diventato un allenatore giocatore, sempre in campo con la mia squadra, ma con il compito di guidarla». Quando le è riuscito il salto? «I miei superiori erano stato molto chiari: dovevo investire sulle persone del mio gruppo, dedicare loro tempo e at-

Renato con la moglie e la figlia

tenzione, sottrarlo a me. Il mio primo obiettivo doveva essere portare loro al successo. Il loro successo sarebbe stato anche il mio. Mi ci sono voluti circa due anni per calarmi nel mio ruolo, ma da quel momento tutto sta andando per il meglio. Sono riuscito ogni trimestre a migliorare i risultati di vendita del mio gruppo; quest'anno siamo il primo gruppo della zona e siamo piazzati stabilmente fra i primi gruppi d'Italia».

Ha messo d'accordo tutti quelli che si opponevano alla sua scelta? «Mio padre ha rivisto il suo giudizio, perché è un uomo molto pragmatico e mi appoggia. Mia moglie apprezza la mia attività e la ringrazio perché il suo supporto psicologico è indispensabile se lavori oltre dieci ore al giorno. Dagli amici sono guardato con rispetto e ammirazione; la loro prospettiva è cambiata. Adesso mi dicono; sapessi fare anch'io il venditore porta a porta. Chi mi conosce, insomma, mi apprezza; fra gli estranei, invece, continua a prevalere la diffidenza verso questa attività, anche se non mi sembra forte come quando ho cominciato». E lei ripensa ai suoi inizi? «Tremo, letteralmente, se penso a come mi sentivo prima e a dove sarei adesso se non avessi incontrato Vorwerk Folletto; la vendita diretta ha semplicemente cambiato la mia vita».

“

# I clienti mi ringraziano: meglio che essere una sconosciuta che timbra il cartellino

## Pina Toscano

Roma

AMC Italia

Augura a tutti di svolgere un lavoro che dia emozioni come quelle che prova lei, per esempio quando ha tagliato il nastro dell'ufficio da cui guida, come responsabile, un gruppo di venti persone, ma anche, più semplicemente, quando a un party le fanno i complimenti. Pina Toscano, classe 1966, nata in una famiglia emigrata in Galles negli anni Cinquanta e tornata a vivere in Italia a 11 anni, tiene, per prima cosa a ringraziare AMC: «Mi ha aiutata a realizzare i miei sogni, sul lavoro e nella vita privata». Dopo il matrimonio, Pina aveva lasciato il lavoro per dedicarsi alla cura dei figli, ma con la separazione «ho dovuto fare da madre e da padre, quindi rimboccarmi le maniche anche fuori casa».

AMC era una realtà già conosciuta da Pina, che era cliente dell'azienda. «Ricordo di avere richiesto una riparazione e che la collaboratrice mi ha fatto una proposta di lavoro, ma in un primo momento non ho accettato. L'anno successivo –era il 2002– l'occasione si ripresenta e decido di provare qualche party. Non era un impegno a tempo pieno e, soprattutto, non mi sentivo sicura di poter fare la consulente AMC. A frenarmi c'era la lingua; essendo cresciuta con la lingua inglese, per di più quella parlata nel Galles, mantenevo una pronuncia molto marcata». Ma siccome

provare non costa nulla Pina ci prova e i risultati le danno ragione. «Mi sono buttata e ho subito acquistato sicurezza, perché non mi sono mai sentita sola: alle spalle sentivo l'azienda». Passano due anni e l'impegno part time si trasforma in impegno a tempo pieno. «Da quel momento mi sono buttata con tutte le energie in questo lavoro e dopo qualche anno, da consulente, sono diventata responsabile di gruppo. Oggi gestisco un ufficio di venti persone in provincia di Roma».

Con un gioco di parole ha la sicurezza di un lavoro e un lavoro che le ha dato sicurezza. «Ho vinto la tensione che sentivo nei primi party perché prima ho seguito la formazione in ufficio e poi ho sempre avuto il supporto di colleghi esperti. Oggi, quando organizzo degli incontri con persone interessate a iniziare la carriera in AMC, rivivo, vedendo i loro timori e i loro dubbi, quello che ho provato anch'io; per questo provo a trasferire loro la mia esperienza e li consiglio perché non cadano negli stessi errori che ho fatto io. I "primi passi" sono sempre circondati da incertezze, le domande sono –come comprensibile– tante; spetta a noi responsabili

Pina, in primo piano a destra, presenzia a una fiera

tranquillizzare portando le nostre esperienze ad esempio». La responsabile di gruppo è ancora sul campo come lo era da consulente? «Il mio compito è quello di formare, quindi devo prendermi cura delle persone sia in ufficio sia sul campo, come tutor. E poi, quale modo migliore del party per dare l'esempio e insieme fornire il supporto indispensabile a chi comincia?».

Pina al centro nel giorno dell'inaugurazione dell'ufficio a Cisterna di Latina

Come imposta un party? «Nonostante non ci sia un party uguale all'altro –e questo dipende, ovviamente, dal fatto che ci troviamo di fronte persone diverse–, questo momento non si improvvisa: esiste un metodo ed è sufficiente seguirlo passo per passo; a questo dobbiamo attenerci nei minimi particolari, dalle tre cotture alla presentazione dell'azienda e dei suoi prodotti». Qual è la reazione più comune di chi partecipa ai party? «Senz'altro la sorpresa; le persone sono letteralmente incredule quando fanno gli assaggi. E parliamo di alimenti comuni, nulla di particolarmente complesso. Quando invitiamo ad assaggiare le verdure si mangiano carote con un gusto del tutto inaspettato se paragonato a

quello delle carote cotte in modo tradizionale. La differenza tra le carote bollite e le carote preparate senz'acqua con il metodo AMC permette di apprezzare il gusto autentico che, solitamente, si perde» Qual è il motore di un'attività che, nel suo caso, dura da oltre dieci anni? «La soddisfazione del cliente; da lì il lavoro si rigenera in automatico. È il potere del passaparola; se sono stata soddisfatta dell'acquisto lo consiglio ad amici e parenti. I clienti che si sono trovati bene vogliono acquistare i sistemi di cottura per i propri figli e mi contattano. È gratificante essere cercati: significa che le persone si sono trovate bene e hai guadagnato la loro fiducia. Ti ringraziano sinceramente: molto meglio che essere una perfetta sconosciuta che timbra un cartellino».

“

# Superati i primi ostacoli la strada è stata tutta in discesa

## Veronica Valassina

Frosinone

CartOrange

C'è chi ci mette un po' per capire qual è la sua strada. E chi, come Veronica Valassina, 36 anni di Cassino (Frosinone) ha da subito le idee chiare: «Ho sempre amato viaggiare: fin da piccola, quando mi chiedevano che regalo volessi, rispondevo un viaggio o una gita fuoriporta». Gli studi sono coerenti con questa decisione: liceo linguistico con vacanze studio in Inghilterra ("Conoscere le lingue è la chiave per essere autonomi quando si viaggia"), poi laurea nella nuova facoltà di Scienze Turistiche allo Iulm di Milano e per concludere master in Management delle Imprese Turistiche a Roma.

Veronica, che è originaria di Milano, dopo la laurea si trasferisce a Cassino, in provincia di Frosinone, e inizia a fare la pendolare con la capitale, prima per frequentare il master e poi per lavoro. Inizialmente è impiegata in un tour operator, dove impara come nascono le proposte che poi si leggono sui cataloghi, dalla scelta dei fornitori alla messa a punto di un pacchetto viaggi. «Era un lavoro molto stimolante che mi piaceva molto e che ho svolto per tre anni, ossia fino a quando l'azienda ha trasferito gli uffici nel Nord Italia. Ho trovato quindi lavoro in un altro tour operator, dove ho avuto modo di conoscere un altro aspetto

del mio lavoro. Mentre in precedenza mi occupavo di viaggi in Europa, nella mia nuova occupazione le destinazioni erano a lungo raggio, in particolare Stati Uniti, isole del Pacifico e area caraibica». Il lavoro piace molto a Veronica, ma lo spostamento è un incubo: «Abitando a Cassino, per arrivare in ufficio ci mettevo anche tre ore. Non riuscivo a sostenere quei ritmi, quindi a malincuore ho dovuto licenziarmi e rimettermi a cercare». Così Veronica incontra CartOrange nel 2008: «Avendo una formazione incentrata sul turismo, la figura del consulente di viaggi non mi era nuova, anche se non avevo mai conosciuto nessuno che lo facesse di lavoro. Così ho deciso di informarmi su internet, quindi ho mandato il curriculum e sono stata contattata. Ho seguito il corso di formazione e ho iniziato a lavorare come Consulente per Viaggiare».

Questa professione sembra essere la soluzione perfetta per Veronica, in quanto le permette di utilizzare le competenze acquisite in ambito turistico come esperta nella pianificazione di viaggi su misura, fornendo un servizio esclusivo, fortemente personalizzato e attento alle esigenze dei clienti. Il tutto lavorando con i propri ritmi e i tempi, senza essere costretta ogni giorno a un lungo spostamento.

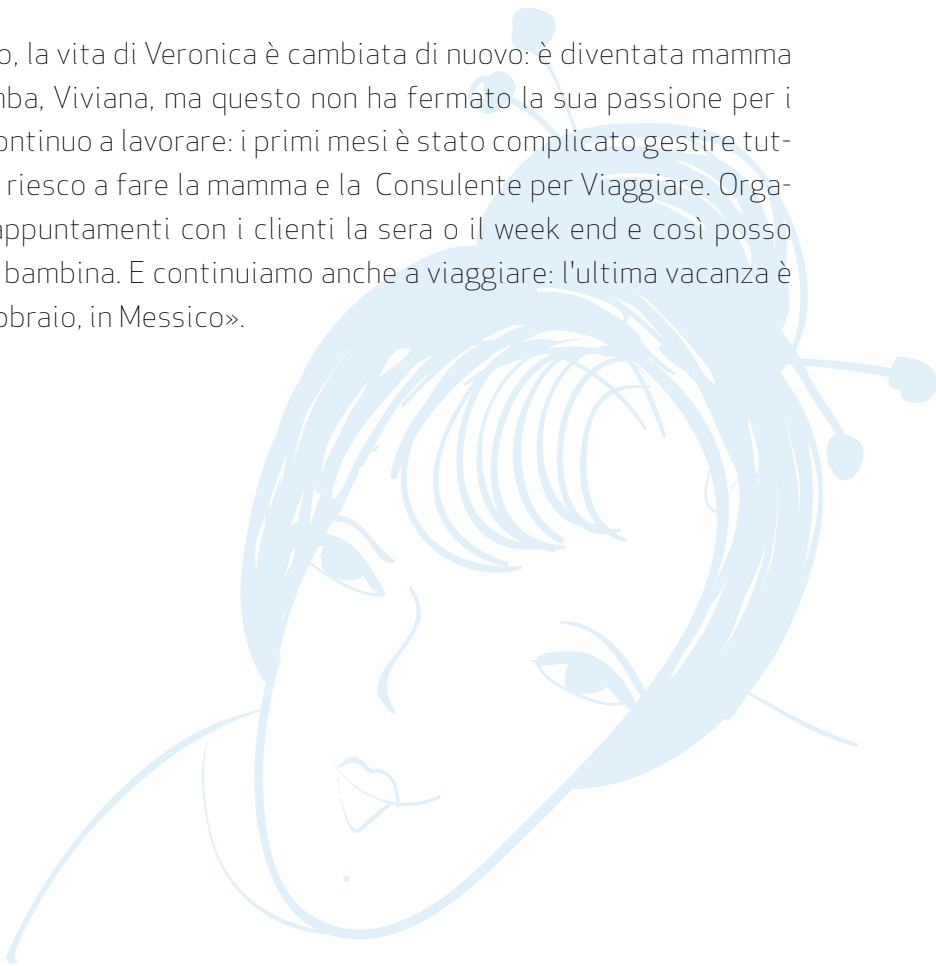
All'inizio, tuttavia, passare dall'altra parte è complicato per Veronica: «Avevo sempre lavorato dietro le quinte, raffrontandomi con le agenzie di viaggio e senza il contatto diretto con clienti. Diventando Consulente per Viaggiare mi ritrovavo ad avere rapporti sia con fornitori sia con viaggiatori. Sono dovuta entrare in una nuova ottica di lavoro, ma superato l'ostacolo la strada è stata tutta in discesa».

Veronica lavora soprattutto in provincia di Frosinone e di Latina, dove la professione del consulente di viaggio non è molto conosciuta: «Quando ho cominciato, otto anni fa, ci si divideva tra gli entusiasti per questa nuova figura professionale e chi la vedeva con diffidenza». Oggi non è più così; i viaggiatori, rispetto a qualche anno fa, sono più attenti a valutare i singoli servizi: «Internet per me è un aiuto, non un concorrente: chi si affida a un consulente lo fa perché vuole avere un consiglio a monte dettato dall'esperienza.

È proprio questo a fare la differenza in un viaggio: oggi qualsiasi utente esperto può prenotare da solo il volo e il soggiorno, ma non è in grado di individuare le esperienze da fare, i fornitori validi e non ha, a monte, contratti con tariffe agevolate.

Inoltre i miei clienti hanno il mio numero di cellulare e se hanno difficoltà in viaggio li invito a chiamarmi». I viaggiatori che si rivolgono a Veronica chiedono itinerari flessibili da affrontare in autonomia. E molti fanno anche richieste personalizzate: «Tra i viaggi organizzati ricordo una luna di miele in Australia: la sposa era appassionata di pietre preziose e quindi abbiamo organizzato una visita a una miniera di opali, al di fuori dei tradizionali circuiti turistici. E a Sidney lo sposo aveva voluto prenotare un concerto all'Opera House, facendo una sorpresa alla sposa».

Da un anno, la vita di Veronica è cambiata di nuovo: è diventata mamma di una bimba, Viviana, ma questo non ha fermato la sua passione per i viaggi. «Continuo a lavorare: i primi mesi è stato complicato gestire tutto, ma ora riesco a fare la mamma e la Consulente per Viaggiare. Organizzo gli appuntamenti con i clienti la sera o il week end e così posso seguire la bambina. E continuiamo anche a viaggiare: l'ultima vacanza è stata a febbraio, in Messico».



“

Sono innamorata di quello che faccio perché mi ha risollevato economicamente e moralmente

## Rosaria Zarbo

Agrigento

Jafra Cosmetics

Quando si dice reinventarsi: Rosaria "Sara" Zarbo l'ha fatto diverse volte. L'ultima quando lei, con un'esperienza trentennale nel settore dell'estetica, ha abbracciato la vendita diretta. L'ha fatto per necessità all'inizio, lo fa con convinzione adesso, da district manager di Jafra. Di Agrigento, classe ‘65, Sara puntava agli studi di Giurisprudenza, ma per motivi di famiglia ha interrotto il liceo e rinunciato. «Mi sono iscritta a un corso professionale di estetista e a 18 anni lavoravo in una cabina estetica. L'ho fatto per nove anni in un momento favorevole perché nel mio paese, Palma di Montechiaro, non c'erano altri laboratori e gli affari andavano a gonfie vele. Poi mi sono sposata e ho seguito mio marito a Genova».

Addio lavoro? «Mio marito era sottoufficiale dei Carabinieri, con un buono stipendio e l'intenzione tornare, non appena possibile, in Sicilia. Avrei voluto continuare a lavorare, ma mio marito temeva mi radicassi a Genova e che, quindi, non saremmo più tornati. Ottenuto il trasferimento, siamo tornati e ho ripreso con l'attività di cabina estetica per quattro anni. Poi, accettando la proposta di dirigere un grande centro estetico, commetto l'errore più grosso della mia vita». Cosa non funziona? «Mi

erano state prospettate condizioni che, alla prova dei fatti, non si sono rivelate vere. Il lavoro mi piaceva, ma non c'era sintonia con la moglie del principale. Dopo un anno lascio e torno in laboratorio». Nessun problema a ricominciare? «No, riprendo bene l'attività, ma intanto maturo un progetto che era sempre stato il mio sogno nel cassetto; un negozio di alto livello di pelletteria e cosmesi. Lo apro con il supporto economico di mio marito; investiamo molto. L'attività parte bene, poi, a Palma, nel 2005, cominciano a manifestarsi i segni della crisi. Il paese si spopola, il lavoro scarseggia e la gente taglia il superfluo. Gli affari cominciano una discesa inarrestabile».

Quando arriva la chiusura? «Abbassiamo la saracinesca nel 2010, ma questa volta è più difficile riprendersi: il rovescio finanziario è pesante. Mi sono fermata un anno per fare pulizia nella mia mente e decidere come proseguire. A 44 anni e con due figli, 17 e 14 anni rispettivamente, non potevo più permettermi scelte sbagliate, ma dovevo, comunque, reagire. Mi sono rimessa in carreggiata riprendendo il lavoro al laborato-

rio, ma, intanto, erano state aperte molte attività di questo tipo. I clienti scarseggiavano e dovevo conquistarmi con fatica il lavoro che prima arrivava in automatico. Le cose, dopo qualche anno, si sono pian piano riaggiustate. Gli affari andavano, tutto sommato, benino. Poi incrocio la vendita diretta». Per caso? «Con mia sorella ho conosciuto una team leader di un'azienda di beni per la casa. La signora mi fa la proposta di reclutamento, ma, a parte il fatto di avere già quel prodotto, la mia risposta è di difesa: non mi ci vedevo proprio a fare la vendita diretta. Ero abituata a ricevere i clienti, non ad andare a trovarmeli. Sul momento non si fa nulla; la signora mi aspetta e io ci penso, ne parlo con mio marito e, alla fine, provo».

Rosaria a una cena con il marito

Convinta? «Più che convinta, in laboratorio non avevo più la fila di clienti come un tempo; il tempo libero non mi mancava certo». Con quali risultati? «Parlo e vendo: il lavoro va bene, anche se il settore merceologico non mi appassiona. Continuo con profitto finché, in una riunione a Caltanisetta, incontro una persona che, senza avermi mai visto, mi dice: non la vedo con questo prodotto, secondo me il suo campo è

nella bellezza. La cosa mi colpisce; mi passa un catalogo Jafra che porto a casa, non guardo e metto nel cassetto». Archiviato? «No, ritrovo il catalogo, lo leggo e mi incuriosisco guardando gli ingredienti dei prodotti. Una certa conoscenza nel campo me l'ero costruita: gli ingredienti mi sono parsi molto buoni, ma ho voluto provarli. Contatto la persona, viene a casa mia; non mi recluta subito, io testo la bontà dei prodotti e mi convinco. È il novembre 2013».

Come sono gli inizi? «Parto in quarta; amiche e conoscenti mi tempestano di richieste, dopo tre mesi mi propongono di fare la capogruppo, ma io preferisco dare tempo al tempo. Come consulente ho venduto molto, poi, da capogruppo, sono risultata la prima in Sicilia e, in una occasione, seconda in Italia; ho sempre avuto riconoscimenti per i miei risultati. Adesso, dopo il distacco di un gruppo, sono diventata district manager, ma -cosa più importante- sono innamorata del lavoro che faccio perché mi ha risollevato economicamente e moralmente e non ha vincoli di orari. Se devo esprimere un sogno vorrei avere una mia dinastia, se guardo a quello che ho avuto fino a oggi ringrazio di cuore Jafra».

# Storie di vendita vissuta

# Le aziende Univendita

**AMC Italia - Alfa Metalcraft Corporation SpA**

AMC è leader mondiale nel settore dei sistemi di cottura di alta gamma in acciaio inossidabile per la sana e gustosa alimentazione
www.amc.info

**AVON COSMETICS Srl**

Avon è l'azienda che da oltre 125 anni è sinonimo di bellezza, di innovazione, di ottimismo e, soprattutto, è l'azienda per le donne
www.avon.it

**Bofrost* Italia SpA**

Azienda leader nella vendita di specialità surgelate con consegna direttamente a casa senza alcuna interruzione della catena del freddo
www.bofrost.it

## CartOrange Srl

Azienda specializzata nella creazione di viaggi su misura, con particolare attenzione ai viaggi di nozze
www.cartorange.com

## Conte Ottavio Piccolomini d'Aragona Srl

Grandi vini, liquori, olio extra vergine, esclusive confezioni regalo
www.conteottaviopiccolomini.it

## DALMESSE Italia Srl

Prodotti per la pulizia della casa, cosmetici, lingerie, biancheria da corredo, unità di cottura e sistema riposo
www.dalmesseitalia.it

## FI.MA.STARS Srl

Dal 1996, l'azienda è specializzata nella ideazione e divulgazione di prodotti biomagnetici per il benessere della persona e dell'ambiente
www.fimastars.it

## JAFRA COSMETICS SpA

Azienda specializzata in prodotti cosmetici per la cura del corpo intelligentemente naturali
www.jafra.it

## JUST Italia SpA

Commercializza prodotti per il benessere e l'igiene del corpo e della casa
www.just.it

**LUX Italia Srl**

Dal 1901 offre sistemi innovativi per soddisfare esigenze di pulizia e sanificazione degli ambienti domestici e professionali
www.lux-italia.com

**NUOVE IDEE Srl**

Dal 1988 azienda specializzata in sistemi innovativi per il riposo e il benessere della persona
www.nuoveidee.com

**RINGANA Italia Srl**

Vende cosmesi fresca high-tech e integratori alimentari freschi
www.ringana.com

### TUPPERWARE Italia SpA

Vendita di contenitori per la conservazione degli alimenti e utensili da cucina per la casa e il tempo libero
www.tupperware.it

### UNIQUEpels Srl

Alta cosmesi a domicilio. Produce in Trentino solo con materie prime di origine naturale e acqua pura di montagna cosmetici e detergenti certificati Vegan e Vegetarian; la linea bio è certificata Ecocert
www.uniquealtacosmesi.com

### VORWERK CONTEMPORA Srl

Commercializza il robot da cucina Bimby
www.bimby.it

VORWERK folletto

## VORWERK FOLLETTO Sas

Commercializza il Folletto, sistema di pulizia per la cura e l'igiene dell'ambiente domestico
www.folletto.it

WITT ITALIA

## WITT Italia SpA

Dal 1970 formula, produce e vende direttamente detergenti ecologici, cosmetici naturali e integratori vegetali
www.witt.it

# Storie di vendita vissuta

È anche su Facebook

Anche tu puoi essere protagonista con la tua storia

Visita la pagina e metti "Mi piace"

univendita
unione italiana vendita diretta

fb.me/venditavissuta

univendita
unione italiana vendita diretta

www.univendita.it

Editore: Eo Ipso srl - www.eoipso.it
Per conto di: Univendita - www.univendita.it

Testi di: Marco Calini, Silvia Perfetti
Progetto grafico: Simona Giustizieri
Coordinamento editoriale: Daniele Pirola

ISBN 978-88-95497-09-9

Finito di stampare nell'ottobre 2016

# Storie di vendita vissuta

"

(...) *Storie di vendita vissuta* vuole restituire il senso di una professione intrecciata come non mai alla persona che la esercita attraverso i racconti di chi nutriva pregiudizi verso questa opportunità ed è stato smentito dai fatti, di chi pensava di non avere altre chance lavorative, di chi ha iniziato per scommessa, di chi doveva guadagnare perché il marito aveva perso il posto e adesso mantiene la famiglia. Storie diverse fra loro accomunate da una scelta ben precisa: il lavoro dipende da me. Per questo ogni storia di vendita è una scelta di vita... vissuta.

*Dall'introduzione di* **Ciro Sinatra**
*Presidente di Univendita*



univendita
unione italiana vendita diretta