www.univendita.it

Il libro dell'Oscar della Vendita 2017

univendita
unione italiana vendita diretta

Il libro dell'Oscar della Vendita 2017

Introduzione

«Nel 2017 abbiamo voluto dare vita a un premio che celebrasse in grande stile il miglior venditore a domicilio d'Italia, scelto non soltanto per i risultati di vendita raggiunti, ma anche per aver saputo impersonificare al meglio i valori del nostro settore: professionalità nel presentare i prodotti e capacità di instaurare una relazione di fiducia con i clienti.

È nato così l'Oscar della Vendita: da un lato un prestigioso riconoscimento alla bravura degli incaricati delle imprese rappresentate da Univendita, dall'altro uno strumento per far conoscere meglio agli italiani il mondo della vendita a domicilio e le sue opportunità di carriera.

Questo libro, quindi, segue il solco tracciato da "Storie di Vendita Vissuta", pubblicato nel 2016, e vuole rendere omaggio a ogni incaricato alla vendita a domicilio d'Italia, attraverso le storie di successo di dieci campioni e di un campionissimo: esempi concreti dei valori su cui si fonda la vendita a domicilio, ovvero competenza e onestà».

Ciro Sinatra
Presidente di Univendita

Indice

6 La Vendita diretta a domicilio

8 Univendita

10 L'Oscar della Vendita 2017

13 Il vincitore
14 Paolo Fiorino – bofrost* Italia

17 I finalisti
18 Mario Barp – AMC Italia
20 Roberto Battiston – Fi.Ma.Stars
22 Mirko Bertoncini – Vorwerk Italia – Folletto
24 Raffaella Bompani – CartOrange
26 Maria Letizia Campo – Lux Italia
28 Katia Marcomini - Vorwerk Italia – Bimby
30 Concetta Partinico – Dalmesse Italia
32 Nicola Sella – Vast & Fast
34 Pamela Spano – Avon Cosmetics
36 Anna Zancaglione – Tupperware Italia

38 Le imprese associate a Univendita

6

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.

L’Oscar della Vendita

2017

L'Oscar della Vendita è il premio che Univendita conferisce al miglior venditore a domicilio d'Italia, dopo aver dato vita a una sfida fra i migliori incaricati alla vendita delle imprese che fanno parte dell'associazione.
Nel 2017 si sono sfidati 11 fra i più abili venditori di tutta Italia e la gara finale è consistita nella dimostrazione e nella vendita di un prodotto uguale per tutti: un pallone da calcio ufficiale della Serie A, entro il tempo limite di cinque minuti, nel contesto di una casa come quelle in cui i venditori a domicilio lavorano tutti i giorni.
Il tutto è stato sottoposto al vaglio di una giuria che ha poi stilato una classifica provvisoria. I giurati erano tutti personalità esterne al mondo della vendita diretta:

- ✓ Sara Funaro, assessore al welfare del Comune di Firenze
- ✓ Anna Lapini, presidente Confcommercio Toscana e componente della Giunta Confederale
- ✓ Laura Masi, business development manager ACF Fiorentina e componente del CdA
- ✓ Giancarlo Antognoni, club manager ACF Fiorentina
- ✓ Luca Calamai, vice direttore della Gazzetta dello Sport
- ✓ Niccolò Casalsoli, giornalista de La Nazione

Infine, sabato 14 ottobre 2017, con un evento di gala nella Viola Lounge dello Stadio Artemio Franchi di Firenze, la giuria si è riunita per decretare l'Oscar della Vendita 2017.
Il vincitore è stato svelato domenica 15 ottobre, poco prima del fischio d'inizio della partita Fiorentina-Udinese: Paolo Fiorino, di bofrost* Italia, è stato quindi premiato sul campo di gioco, tra l'applauso dei tifosi presenti allo stadio, ricevendo l'ambito premio dal Presidente di Univendita Ciro Sinatra e dal Club Manager di ACF Fiorentina Giancarlo Antognoni.

Il vincitore

Paolo Fiorino – bofrost* Italia

Vertemate con Minoprio (CO)

«Ho cominciato in una concessionaria, come venditore di automobili, ma dopo 8 anni ho sentito il bisogno di nuovi stimoli e mi sono lanciato nella vendita diretta. All'inizio ho avuto qualche difficoltà, perché ero abituato ad aspettare il cliente e a incontrarlo già predisposto ad ascoltare le mie argomentazioni, mentre nel porta a porta sei tu che devi proporti, magari in un

momento in cui i clienti sono impegnati o distratti da altri pensieri. Però un “segreto” per fare bene questo lavoro c’è, ed è quello di presentarsi bene agli occhi del cliente, essere educati e sapersi proporre con discrezione. Sono piccole cose, ma possono risultare vincenti. Grazie a questa professione, insomma, ho trovato tutto quello che cercavo, dall'ambiente di lavoro ai colleghi con cui fare squadra, dalle soddisfazioni professionali a una flessibilità di orari che mi lascia il tempo di dedicarmi a me stesso. È quindi un’opportunità di carriera che consiglio a tutti, tanto ai giovani in cerca di un primo impiego, quanto a chi sta cercando di reinserirsi nel lavoro».

I finalisti

Mario Barp – AMC Italia

Belluno

«Ho cominciato nel lontano 1990, quando ho lasciato un lavoro sicuro in fabbrica, con turni anche domenicali e notturni, alla ricerca di una nuova sfida che mi desse maggiori soddisfazioni professionali e magari anche economiche. A indicarmi la strada, a quell'epoca, fu un amico che faceva già questo lavoro e che ne parlava in termini entusiastici. Contro il parere di mamma e papà, allora, mi decisi a fare anch'io un tentativo e oggi,

27 anni dopo, ho tutti i giorni la riprova di aver fatto la scelta giusta, anche grazie a una famiglia che mi dà grande supporto.
Per dire tutta la verità, però, non furono da subito tutte rose e fiori: ricordo che il primo anno di vendite non fu affatto facile, perché non ero entrato nel mood giusto per avere successo con il porta a porta. Questo, infatti, è un lavoro meraviglioso, che ti permette di organizzare il tuo tempo come meglio credi e che ti può portare a guadagni significativi, ma a condizione di saper impostare la tua attività quotidiana su due cardini imprescindibili: autodisciplina e sacrificio! Il talento ovviamente aiuta: alla vendita bisogna esserci un po' portati. Ma non basta. Proprio perché si tratta di un lavoro meritocratico, il successo arriva soltanto meritandoselo. Quindi, il consiglio che mi sento di dare a chiunque sia alla ricerca di un nuovo impiego, è quello di buttarsi e provare. La vendita diretta dovrebbe essere parte della formazione obbligatoria di un professionista, come era un tempo per il servizio militare: offre un'occasione a tutti, ma in cambio chiede dedizione al lavoro, gioco di squadra e una grande professionalità. Chi si avvicina al door to door con questo spirito verrà sicuramente ripagato alla grande!».

Roberto Battiston – Fi.Ma.Stars

Curtatolo (PD)

«Sono arrivato a intraprendere l'attività di incaricato alla vendita di Fi.Ma.Stars tre anni fa, in parallelo con il mio lavoro da libero professionista, perché avevo provato in prima persona i benefici dei prodotti Fi.Ma.Stars e volevo farli conoscere anche ad altri.

Pian piano, poi, trattandosi di un prodotto vincente, perché se è spiegato bene si vende da solo, la mia attività di vendita diretta per Fi.Ma.Stars si è fatta nel tempo

sempre più corposa e oggi, pur mantenendo il mio studio professionale, ho importanti ritorni economici anche dal lavoro di venditore a domicilio. Devo dire la verità, se si fosse trattato di un lavoro porta a porta classico (cioè la vendita a freddo, suonando di campanello in campanello) non l'avrei mai fatto, perché non mi ci sento portato. Ma il tipo di vendita che facciamo noi è il party plan: attraverso il passaparola dei clienti, cioè, organizziamo un incontro con altri potenziali clienti interessati ad approfondire i benefici dei nostri prodotti, glieli presentiamo e glieli lasciamo anche in prova, tanto che alla fine sono loro a chiedermi di poter acquistare da me, non io che li spingo all'acquisto. Da lì nascono altri party e la clientela si allarga via via.
Ecco perché sono convinto che le vendite a domicilio saranno il modello di vendita del futuro. Delle pubblicità non sai mai se puoi fidarti del tutto; su Internet trovi qualsiasi cosa, ma non sai come orientarti nella scelta; se vai in negozio ti possono proporre soltanto quello che hanno in magazzino... quando invece, grazie al passaparola di persone di tua fiducia, ti puoi avvalere della consulenza di un professionista che sa tutto di quel prodotto, che te ne mostra ogni potenzialità e che ti consente di provarlo nel suo utilizzo quotidiano, allora sì che puoi fare un acquisto consapevole, valutando tutti i pregi e i difetti, per giunta comodamente a casa tua.
Io non credo che esista un modo migliore di acquistare. Quindi non credo che esista un modo migliore di vendere. E per tutti questi motivi sono convinto che quella del venditore a domicilio sia un'attività che non conoscerà mai crisi, che pertanto consiglio a tutti di prendere in considerazione come concreta opportunità di trovare un nuovo sbocco di lavoro».

Mirko Bertorcini – Vorwerk Italia – Folletto

Lucca (LU)

«Sono un ex calciatore; ho giocato sette anni nell'Empoli, poi ho cambiato un po' di maglie, fino ad arrivare a Sarzana, che è la città che mi ha letteralmente cambiato la vita.

Qui infatti ho conosciuto Debora, la ragazza di cui mi sono perdutamente innamorato, che ora è diventata mia moglie e che è stata la vera ragione per cui ho cominciato a respirare "profumo di Folletto". Mio suocero, infatti,

lavora in Folletto da 33 anni. E così ho cominciato a lavorarci anche io.
Devo ammettere che per me cimentarmi nella vendita diretta non è stato difficile, un po' perché sono stato formato bene da mio suocero, un po' anche perché ho un carattere molto estroverso che mi aiuta ad avere subito un buon feeling con le persone e quindi anche con i clienti. Però non voglio illudere nessuno: è un lavoro duro, per il quale servono tanta tenacia e tanta determinazione. Di "no" ai campanelli se ne prendono tantissimi, ma non bisogna mollare mai.
Il mio segreto è suonare cento campanelli al giorno, sempre con il sorriso sulle labbra, con passione, con il massimo rispetto per il cliente, con trasparenza e onestà, incurante di tutte le porte che non mi vengono aperte, perché quelle che contano sono le altre! Ogni tre dimostrazioni, infatti, riesco a chiudere almeno un contratto e così in appena due anni ho venduto più di tremila apparecchi.
Credetemi, questo è un lavoro fantastico, che possono fare tutti e che può dare enormi soddisfazioni economiche e professionali. Bisogna soltanto trovare il coraggio di iniziare e poi lavorare tutti i giorni con serietà, lealtà e passione, il resto sarà solo una conseguenza inevitabile».

Raffaella Bompani – CartOrange

Parma

«Prima di scoprire il mondo delle vendite a domicilio ero un veterinario facevo quindi un lavoro bellissimo, ma per il quale mi resi presto conto di non avere una grande vocazione, mentre mi sarebbe piaciuto moltissimo occuparmi di viaggi. Solo che detestavo l'idea di stare dietro una scrivania in un'agenzia tradizionale.

Il colpo di fortuna che mi ha cambiato la vita è stato incontrare una

consulente di CartOrange in vacanza in Madagascar. E così una bellissima vacanza si è trasformata nella professione che mi ha reso e tuttora mi rende enormemente felice.
All'inizio devo ammettere che non è stato facile, anche perché 15 anni fa i consulenti di viaggio come noi erano ancora poco conosciuti, e quindi da parte dei potenziali clienti c'era tantissima diffidenza. Ma volontà, costanza, studio e tanta passione mi hanno premiata con grandi successi e soddisfazioni professionali.
Il segreto per diventare un bravo consulente di viaggio? Specializzarsi e proporsi sempre ai clienti con onestà e trasparenza. Non basta, infatti, conoscere bene ciò che si offre, ma occorre soprattutto arrivare a comprendere i sogni e i bisogni delle persone, per poi proporre un pacchetto che sarà davvero la più bella vacanza della loro vita».

Maria Letizia Campo – Lux Italia

Castano Primo (MI)

«Nella mia vita mi sono sempre occupata di vendite, prima perché per 15 anni ho avuto un negozio di serramenti, poi perché da 13 anni a questa parte sono incaricata alla vendita, gli ultimi due per Lux Italia. È un'attività che ho sempre amato, ma certamente il mio periodo da imprenditrice oltre a darmi tante soddisfazioni è stato anche estremamente stressante. Alla vendita diretta, quindi, sono approdata per caso, più che altro per fare un favore a mia sorella che svolgeva

già questo lavoro. È scattato subito qualcosa, quasi come un amore a prima vista, perché ho immediatamente percepito che con questo tipo di attività avrei potuto riprendere le redini della mia vita. Non dico che il door to door non sia un lavoro impegnativo, al contrario. Però offre l'impagabile vantaggio di poter organizzare i propri appuntamenti e i propri impegni professionali in totale autonomia, dedicando spazio anche alla vita privata, alla famiglia, ai figli e alle proprie passioni.
Naturalmente non ho abbandonato immediatamente il negozio per passare subito alla vendita a domicilio: mi sono avvicinata a questo mondo gradualmente, all'inizio soltanto part-time. Ma quando ho visto che riuscivo a guadagnare bene, nonostante dedicassi poco tempo a questa attività, il coinvolgimento è stato tale che nel volgere di breve tempo ho chiuso il negozio e mi sono dedicata a questa professione a tempo pieno. Fu una fortunata intuizione, anche perché pochi anni dopo iniziò la crisi dell'edilizia e chissà in quali difficoltà mi sarei trovata... Invece sono felicissima: faccio un lavoro che mi permette di essere padrona del mio tempo e che insieme mi appassiona immensamente. Naturalmente, la motivazione di un venditore a domicilio è direttamente proporzionale alla qualità del prodotto, perché vedere la soddisfazione sul volto dei tuoi clienti ti dà una carica incredibile. In questo sono davvero fortunata, perché lavoro per un'azienda che propone prodotti assolutamente d'eccellenza.
Un consiglio a chi sta cercando un nuovo impiego in questo momento? Di provarci! Magari iniziando part-time, ma di provarci!
La vendita diretta a domicilio secondo me è un'opportunità incredibile che tutti dovrebbero tentare di afferrare. A me ha radicalmente cambiato la vita!».

Katia Marcomini – Vorwerk Italia – Bimby

Sant'Ambrogio di Valpolicella (VR)

«Ho cominciato questo lavoro meraviglioso per una circostanza fortuita, dopo un periodo di attività come mamma a tempo pieno. In passato ero stata capo-ricevimento per una catena alberghiera, un altro lavoro che ho amato moltissimo perché mi permetteva di stare quotidianamente a contatto con il pubblico. È questo stare sempre fra la gente la caratteristica di questa professione

che più mi emoziona e mi coinvolge, ancora oggi, dopo più di sette anni di vendite a domicilio. Incontrare il cliente, consigliarlo per il meglio e potergli offrire un prodotto di qualità, illustrandone dettagliatamente le caratteristiche, mi dà grande soddisfazione e non cambierei il mio lavoro per nessun altro al mondo. Sono così convinta che il door to door sia il sistema di acquisto più conveniente per il consumatore, che a mio avviso ai clienti dovrebbe essere sempre offerta la possibilità di comprare direttamente a casa propria. Poter toccare con mano il prodotto, provarlo con calma e nel mentre avere a disposizione un consulente esperto che ne illustri fin nei minimi dettagli tutte le funzioni, consentirebbe al consumatore di scegliere con più consapevolezza e di sfruttare al cento per cento tutte le potenzialità del prodotto che acquista. Il segreto dei miei risultati alla fine è soltanto questo: mettermi sempre a disposizione del cliente e presentargli professionalmente il prodotto che gli offro. Questo, insieme a una buona capacità di organizzazione degli appuntamenti, è la chiave che nella vendita diretta apre le porte del successo a chiunque voglia mettersi in gioco con determinazione e serietà. Provare per credere, lasciando da parte ogni pregiudizio».

Concetta Partinico – Dalmesse Italia

Lampedusa (AG)

«Sono arrivata alla vendita diretta senza troppe aspettative, perché da casalinga non avevo mai avuto particolari occasioni o ambizioni di mettermi alla prova. Poi, tre anni fa, Dalmesse, di cui ero già affezionata cliente, mi ha proposto di occuparmi della promozione dei loro prodotti sull'isola di Lampedusa, dove io sono nata e cresciuta. Ho accettato con entusiasmo soprattutto perché

conoscendo bene i prodotti ero certa che non avrei avuto alcuna difficoltà a promuoverli. Da cliente soddisfatta, infatti, credo tantissimo nella qualità di quello che vendo.
Anche se, a dire il vero, mi sono accorta che un conto è organizzare i party da cliente, mentre ben diverso è farlo dall'altra parte della barricata, quella del venditore professionale. In fondo, la vendita a domicilio non è un'attività così diversa dagli altri lavori: bisogna dedicarci impegno, tempo e qualche sacrificio.
Indubbiamente, però, il grande vantaggio di potersi organizzare la giornata secondo le proprie esigenze, mi permette di conciliare lavoro, famiglia e tempo libero senza dover rinunciare a nulla. Anzi, pur lavorando senza l'assillo di dover timbrare il cartellino, ho avuto lo stesso la grandissima opportunità di togliermi molte soddisfazioni, non soltanto dal punto di vista economico, ma anche da quello del riconoscimento umano e professionale del mio valore e delle mie qualità di venditrice e di persona seria, onesta e ben voluta da tutti. Alla fine tutto questo "successo" è stata una sorpresa anche per me.
Per questo consiglio a chiunque di fare almeno un tentativo: è un lavoro bellissimo che potrebbe rivelarsi una sorpresa per tutti quelli che volessero provare almeno una volta a mettersi in gioco».

Nicola Sella – Vast & Fast

Valdastico (VI)

«Ho 21 anni e lavoro per Vast and Fast già da due, perché subito dopo gli studi mi sono immediatamente buttato a capofitto nell'attività di vendita diretta. Del resto, il prodotto lo conoscevo benissimo, perché sono un cliente di Vast and Fast già da sei anni, e credo così tanto nella validità di queste asciugatrici che il passo da cliente soddisfatto a venditore motivato è stato davvero

brevissimo. So che molti miei coetanei hanno qualche pregiudizio su questo lavoro, forse perché pensano che il door to door sia un'attività che si svolge per forza suonando di campanello in campanello. E invece non è vero: la maggior parte del successo dei prodotti Vast and Fast, per esempio, lo fa il passaparola dei clienti.
Io mi sono integrato immediatamente in questo mercato, anche perché quando hai l'opportunità di proporre un prodotto di cui tu per primo sei veramente entusiasta, è normale fare presa con facilità sulla clientela, specialmente se sei predisposto alle pubbliche relazioni con il pubblico. Ma soprattutto grazie a questo lavoro sono veramente padrone del mio tempo: sono attivo nella Pro loco del mio paese, sacrestano della mia parrocchia e presidente di un Vespa Team e tutto questo non mi ha impedito di diventare uno dei migliori venditori d'Italia.
Certo, ci vogliono costanza e determinazione, ma le soddisfazioni che ti ripagano sono così tante che consiglierei questo lavoro a tutti!».

Pamela Spano – Avon Cosmetics

Firenze

«Ho iniziato come presentatrice Avon in giovanissima età, quando ancora andavo alle superiori, per avere un po' di indipendenza economica e togliermi qualche piccolo sfizio. Da appassionata di make-up, quindi da cliente dei prodotti Avon, mi era sembrata una bella occasione per unire l'utile al dilettevole. Poi, quando sono entrata veramente nel mondo del lavoro, mi sono bastate le prime esperienze con il

cosiddetto “posto fisso” per rendermi conto che stare seduta a una scrivania otto ore al giorno non faceva per me. E così la vendita a domicilio è diventata un’attività a tempo pieno, che però rispetto agli orari di un impiegato mi ha sempre lasciato la libertà di organizzarmi l’agenda come meglio credevo e di ritagliarmi il giusto spazio per i miei interessi personali.
Certo, non esistono lavori facili, e la vendita diretta non fa eccezione, perché bisogna sapersi rapportare con i clienti nel modo giusto, privilegiando sempre la correttezza, l’onestà e il rispetto delle loro valutazioni e delle loro scelte d’acquisto.
Ma se sai come proporti e impari a essere una brava consulente prima che una venditrice, poi saranno i clienti stessi a cercare te e ad aiutarti ad allargare il tuo giro di contatti.
È per questo che mi sento di consigliare questa professione a chiunque, ma in particolare a quei ragazzi che come me non hanno il mito del posto fisso, però sono pronti a impegnarsi tutti i giorni seriamente in un lavoro magari faticoso, ma anche ricco di soddisfazioni».

Anna Zancaglione – Tupperware Italia

Teano (CE)

«Ho lavorato per quattro anni come dipendente in un supermercato, ma frequentavo già il mondo della vendita diretta perché ero già allora una cliente Tupperware e ogni tanto ospitavo qualche party a casa mia. Così, party dopo party, ho iniziato anche io il lavoro di promoter, ma soltanto nei ritagli di tempo, per arrotondare lo stipendio.

Quando invece, dieci anni fa, mio marito ha dovuto trasferirsi fuori

città per lavoro, avere più tempo da dedicare alla famiglia è diventata un'esigenza fondamentale; ed è allora che ho lasciato il mio lavoro al supermercato per dedicarmi anima e corpo alla vendita diretta.
Le soddisfazioni sono arrivate subito, a tal punto che nel giro di appena un anno ero già diventata capogruppo, con tutti i benefit che ne conseguono, compresa per esempio l'auto aziendale. E tutti gli amici che avevano avuto dei dubbi sulle opportunità offerte dalla professione che avevo scelto hanno dovuto ricredersi.
Portare mio marito a fare dei viaggi meravigliosi, ottenuti grazie ai risultati raggiunti da me e dal mio gruppo è stata davvero una soddisfazione personale impagabile! Posso quindi ben dire che la vendita diretta mi ha radicalmente cambiato la vita in meglio: ho più tempo per me stessa e per i miei cari, contribuisco sensibilmente al bilancio della famiglia e godo del rispetto professionale non soltanto dei colleghi e dei dirigenti della mia azienda, ma anche di tutti gli amici e i conoscenti un tempo scettici.
Per questo il mio consiglio a tutti coloro che sono in cerca di un'occupazione stabile e che non hanno ancora trovato il coraggio di provare la vendita porta a porta è quello di fare almeno un tentativo nella vita. Perché spesso soltanto cimentandosi in prima persona con questo lavoro, si scopre che era davvero la scelta giusta e che a frenarci era soltanto una serie di pregiudizi sbagliati».

Le imprese associate
a 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

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

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

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

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

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

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

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

VAST & FAST Srl
È l'azienda n. 1 in Europa nella vendita di asciugatrici a gas ed elettriche di alta gamma.
www.xira.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 ITALIA Sas
Divisione BIMBY
Commercializza il robot da cucina Bimby.
www.bimby.it

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

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

Realizzato da: **Comtent Ltd**
www.comtent.eu
Per conto di: **Univendita**
www.univendita.it

Gennaio 2018

«In occasione dell'Oscar della Vendita ogni azienda indica il suo campione in ragione sia dei risultati raggiunti, sia delle doti che sono specchio dei valori su cui si fonda la vendita a domicilio: la capacità di costruire un rapporto di fiducia con i clienti e la competenza nel presentare un prodotto di qualità».

Ciro Sinatra
Presidente di Univendita

univendita
unione italiana vendita diretta

www.univendita.it