

NELLA VENDITA DIRETTA LAVORARE NON STANCA

*Indagine qualitativa
anno 2014*

Mimmo Carrieri e
Maria Concetta Ambra
“SAPIENZA” UNIVERSITÀ DI ROMA

L'indagine quantitativa (anno 2012)

Sei soddisfatto del tuo lavoro?	%
1	0,4%
2	0,4%
3	1,9%
4	2,4%
5	6,7%
6	9,0%
7	22,2%
8	30,5%
9	9,0%
10	17,6%

Giudizio complessivo del tuo lavoro?	%
per niente positivo	0,9%
poco positivo	4,0%
sufficiente	17,3%
positivo	54,4%
molto positivo	23,3%

meno di 24	25/34	35/44	45/54	55/64	più di 64
4,8%			0,6%		
		1,4%			
4,8%	6,3%		1,1%	1,2%	
	3,2%	4,3%	2,2%		
14,3%	6,3%	3,5%	9,0%	7,4%	
4,8%	13,7%	9,2%	8,4%	4,9%	10,5%
14,3%	23,2%	24,8%	25,3%	12,3%	21,1%
33,3%	27,4%	27,7%	28,7%	38,3%	47,4%
14,3%	8,4%	8,5%	7,9%	9,9%	15,8%
9,5%	11,6%	20,6%	16,9%	25,9%	5,3%

Se ti chiedono "che lavoro fai?", ti senti imbarazzato	%
no, mai	76,5%
raramente	12,0%
qualche volta	8,8%
sì	1,3%
spesso	1,3%

L'indagine qualitativa

Interviste (individuali e collettive) Univendita	Tot	F	M
a) Interviste individuali referenti aziendali	11	5	6
b) Interviste individuali venditori	25	21	4
c) Interviste collettive venditori-Focus Group Milano	11	10	1
Interviste collettive venditori-Focus Group Napoli	13	12	1
Totale forza vendita	49	43	6
Totale Generale Interviste realizzate	60	48	12

Classi di età	N	%
< 25	0	0%
25-34	3	12%
35-44	10	40%
45-54	10	40%
55-64	2	8%
>65	0	0%
Totale	25	100%

Area Territoriale	N	%
Nord	10	40%
Centro	5	20%
Sud e Isole	10	40%
Totale	25	100%

- interviste tra giugno e settembre 2014
- in orario comodo e durate oltre un'ora l'una
- interviste individuali
- due focus group: Milano e Napoli (luglio 2014)

Nasce come secondo ma diventa primo lavoro



*Nasce spesso come secondo lavoro
(per scelta, necessità o ripiego) che deve
convivere quasi sempre con le esigenze familiari
e sovente con un'altra occupazione*



*Nel tempo diventa opportunità entusiasmante
e si connota come il primo lavoro*

Lavoro flessibile e autoregolato



Trionfa la flessibilità autogestita nell'organizzazione e negli orari basata sulle esigenze 'soggettive' delle persone



Alta capacità di gestire da soli tutto il lavoro: agenda, tempi, modalità



Non solo conciliazione: la famiglia continua ad essere curata, ma progressivamente si colloca sullo sfondo

Un settore ottimista e meritocratico



*Nonostante la crisi, il settore **tiene e migliora** offrendo opportunità impreviste a chi ha perso le sicurezze precedenti*



*Tutti (100%) pensano di poter **migliorare in prospettiva la propria condizione** (facendo carriera, ma soprattutto guadagnando di più)*



***Carriera aperta** anche a persone con istruzione non elevata ma con grandi capacità d'impegno*



*Misurazione 'oggettiva' della produttività e dei risultati:
è **un lavoro intrinsecamente meritocratico***

Sono i giapponesi d'Italia. E sono soddisfatti



*Lavorano spesso **oltre i tempi formali** e senza accorgersene*











Forte motivazione a non accontentarsi



*Evidenziano un **elevato grado di soddisfazione** e il bisogno di **realizzarsi attraverso il lavoro** (quello che fanno **piace** e fanno di più in modo inerziale sulle **ali dell'entusiasmo**)*

Fattori di soddisfazione *(espressioni paradigmatiche)*

-  *«il bello è che questo lavoro è una scoperta continua»*
-  *«possibilità di uscire dal guscio familiare»*
-  *«mettersi in gioco»*
-  *«non c'è nessuno che mi dica quello che devo fare»*
-  *«l'azienda ci fa sentire speciali»*
-  *«se decido di lasciarmi una mezza giornata libera lo posso fare»*
-  *«è un lavoro che ti gratifica al mille per mille»*
-  *«non ce la farei a stare chiusa in un ufficio»*



Fattori di criticità (*espressioni paradigmatiche*)



*Mancanza di garanzie tipiche
dei dipendenti classici*

«Non avrò una pensione adeguata»

«Se mi ammalo è un problema»



*Mancato riconoscimento
status sociale*

*«Questo lavoro è poco conosciuto
e poco considerato»*



Il fattore D



*Il lavoro femminile costituisce una **rivoluzione** ma **'incompiuta'***
(Esping Andersen)



Il ruolo delle donne era ben definito nelle società agricole e in quelle industriali



*Ora è diventato **più espansivo** ma non **chiaramente regolato**: con differenze tra i paesi dove è più consolidato (Paesi Nordici, Usa) e quelli -come il nostro- dove è più debole*



Fattore D: vendita diretta, modello positivo

Buon esempio di “quadratura del cerchio” :



Soddisfazione nel lavoro



*Flessibilità organizzativa
auto-gestita e soggettiva*



*Conciliazione con le esigenze
della vita personale*



*Incremento di **produttività e risultati***

