

INDICE

1.LAP - 25/09/2023 18.06.36 - Commercio: per vendita diretta 3 mld fatturato e 550mila addetti, un terzo under 45

2.ADNK - 26/09/2023 14.59.51 - LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA =

3.ADNK - 26/09/2023 14.59.52 - LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (2) =

4.ADNK - 26/09/2023 14.59.52 - LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (3) =

5.02 - 26/09/2023 16.04.39 - Dalle vendite dirette oltre 3 miliardi di fatturato

Commercio: per vendita diretta 3 mld fatturato e 550mila addetti, un terzo under 45

Commercio: per vendita diretta 3 mld fatturato e 550mila addetti, un terzo under 45 Milano, 25 sett. (LaPresse)- Il settore della vendita diretta resta in Italia un'opportunità di lavoro che attrae sempre e registra 3 miliardi di fatturato, con circa 550mila addetti. Un comparto che fa rima con grandi marchi come Vorwerk, BoFrost, Avon, Herbalife o Star Dust e che ha prospettive di crescita. E rappresenta anche una occasione di lavoro per molti giovani, come emerge dai dati Avedisco Univendita anticipati da LaPresse, secondo cui un terzo dei venditori diretti è under45. Sul settore delle vendite dirette faranno il punto Avedisco e Univendita che domani presentano la ricerca 'Ricerca Ipsos Sulla Vendita Diretta', all'evento alle 10 a Milano, in Via Meravigli 9/B. Dai dati Ipsos, in riferimento al mercato Italia (campione di .712 sondaggi on line), emerge tra l'altro che il 67% dei venditori diretti ha meno di 55 anni e un terzo è under45. La vendita diretta - sottolineano le associazioni di categoria- non rappresenta un'occupazione fugace e occasionale, come dimostrato dai numeri: il 48% degli addetti lavora nel settore da almeno sette anni, percentuale che sale al 64% se si considera il lasso minimo di quattro anni. Tra le principali ragioni del coinvolgimento nella vendita diretta, il 44% porta avanti l'impegno perché crede nei valori del marchio, il 40% vede un miglioramento nella qualità della propria vita e oltre un terzo del campione apprezza l'indipendenza e la flessibilità dell'impiego. "La gratificazione, le nuove conoscenze, l'autonomia organizzativa e la possibilità di migliorare in modo meritocratico la propria condizione rappresentano quindi i concetti più associati alla professione, con circa nove venditori su dieci che valutano positivamente anche la formazione e il supporto erogati dall'azienda- spiegano da Avedisco e Univendita - Sul fronte delle competenze e abilità acquisite nel settore, l'87% degli intervistati ritiene di aver rafforzato le proprie doti interpersonali, l'83% è cresciuto in autostima e il l'80% ha migliorato le proprie capacità di lavorare in team, requisiti che rappresentano i caratteri distintivi e i vantaggi di questa professione". ECO NG01 Lcr/ntl 251805 SET 23

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA =

ADN0773 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA =

Sondaggio socioeconomico europeo Ipsos presentato dalle associazioni di categoria

Roma, 26 set. (Adnkronos/Labitalia) - La centralità del rapporto diretto tra venditore e cliente, che rappresenta il vero valore aggiunto della vendita diretta, ma anche la fidelizzazione dell'addetto al settore, che vi rimane all'interno per molti anni e ne apprezza, oltre all'aspetto economico, le chance di carriera, le qualificanti occasioni formative, la flessibilità organizzativa e le relazioni con nuove persone. Sono questi alcuni degli elementi chiave che emergono dalla 'Direct Sellers Survey 2023', sondaggio socioeconomico Ipsos sulla vendita diretta: un'indagine europea commissionata da Seldia (the European Direct Selling Association) in collaborazione con Dse (Direct Selling Association), e presentata oggi da Avedisco e Univendita-Confcommercio, le due associazioni delle imprese specializzate nella vendita diretta, con una conferenza stampa tenutasi presso Palazzo Emilio Turati, sede della Camera di commercio di Milano. Il campione era costituito da 25.896 sondaggi eseguiti online.

Si tratta di un comparto ben consolidato, inclusivo e meritocratico, che fattura nel nostro Paese oltre 3 miliardi di euro. Dall'indagine condotta, in riferimento al mercato Italia (campione di 9.712 sondaggi on line), emerge che il 67% ha meno di 55 anni e un terzo è under 45. Inoltre, l'82% del campione è di sesso femminile. La vendita diretta non rappresenta un'occupazione fugace e occasionale, come dimostrato dai dati: il 48% degli addetti lavora nel settore da almeno sette anni, percentuale che sale al 64% se si considera il lasso minimo di quattro anni.

Oltre il 50% degli intervistati dichiara infatti di aver iniziato la professione, e scelto poi di proseguire nel comparto, perché "ama i prodotti o i servizi che propone alla clientela". Tra le principali ragioni del coinvolgimento nella vendita diretta, il 44% porta avanti l'impegno perché crede nei valori del marchio, il 40% vede un miglioramento nella qualità della propria vita e oltre un terzo del campione apprezza l'indipendenza e la flessibilità dell'impiego. (segue)

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

26-SET-23 14:59

NNNN

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (2) =

ADN0774 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (2) =

(Adnkronos/Labitalia) - Non solo, il 32% ritiene che il comparto preveda riconoscimenti meritocratici e il 30% dichiara che la vendita diretta ha consentito un rafforzamento delle proprie capacità interpersonali e nel lavoro di squadra. In Italia, tra il 2018 e il 2023, è cresciuta infatti la percentuale (dal 68 al 77%) di chi si ritiene soddisfatto dell'attività nella vendita diretta, con un calo della quota degli insoddisfatti (dal 32% al 21%): l'89% dei venditori diretti raccomanda la propria azienda e il 92% gradirebbe di continuare a rappresentarla.

La gratificazione, le nuove conoscenze, la flessibilità e la possibilità di migliorare in modo meritocratico la propria condizione rappresentano quindi i concetti più associati alla professione, con circa nove venditori su dieci che valutano positivamente anche la formazione e il supporto erogati dall'azienda. Sul fronte delle competenze e abilità acquisite nel settore della vendita diretta, l'87% degli intervistati ritiene di aver rafforzato le proprie doti interpersonali, l'83% è cresciuto in autostima e il 78% ha migliorato le proprie capacità di lavorare in team, requisiti che rappresentano i caratteri distintivi e i vantaggi di questa professione.

Infine, nonostante la rivoluzione tecnologica in atto e i nuovi strumenti di comunicazione digitale, il rapporto diretto tra incaricato e cliente rimane cruciale: dall'indagine emerge che il canale principale per gli ordini resta l'incontro di persona (65%), seguito dalle riunioni e dimostrazioni in casa (56%); gli altri strumenti utilizzati per interagire sono il telefono (46%), l'e-mail e gli strumenti di messaggistica (21%), i social media (12%), gli spazi web e le app. (segue)

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

26-SET-23 14:59

NNNN

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (3) =

ADN0775 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

LAVORO: TRA POSSIBILITA' DI CARRIERA, RELAZIONI CREATIVE E AUTONOMIA ATTRAIE LA VENDITA DIRETTA (3) =

(Adnkronos/Labitalia) - "La vendita diretta accompagna da anni i cambiamenti nella società italiana: penso alle prime enciclopedie, agli elettrodomestici per la cura della casa, ai sistemi di cottura dietetica degli anni 60 fino ad arrivare ai giorni nostri, con l'attenzione al wellness, alla sana alimentazione e ai settori più innovativi delle utilities, come le energie rinnovabili. In tutti questi anni quello che è rimasto invariato è il rapporto cliente-venditore, alla cui base vi è sempre un legame personale e fiduciario", dichiara Giovanni Paolino, presidente Avedisco.

"Un rapporto qualità-prezzo, costantemente garantito dalle nostre aziende e incaricati. Nel mondo della vendita diretta, infatti, l'amore per un prodotto si trasforma in professione: la totalità dei Venditori del comparto svolge questo lavoro dopo essersi 'innamorato' di ciò che commercializza; nessuna tecnologia futura potrà quindi rappresentare un pericolo per il nostro settore, che interpreta al meglio questi valori", aggiunge Paolino.

"La vendita diretta è un lavoro antico, ma modernissimo al tempo stesso. Si evolve nel tempo grazie alle nuove tecnologie, ma non perde la caratteristica fondamentale della socialità. Si tratta di un comparto che è complementare e non in concorrenza con internet: gli strumenti di oggi non lo annullano, anzi gli conferiscono ancora più forza ed efficacia. Infatti, siamo sempre stati in grado di far fronte ai cicli e alle contingenze economiche più difficili, andando anche in controtendenza e facendo leva sulle nostre solide risorse per adattarci ai cambiamenti della società e ai nuovi modelli di vita e di consumo, senza perdere l'elemento che ci rende unici: il contatto diretto e immediato con il cliente", afferma Ciro Sinatra, presidente di Univendita.

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

26-SET-23 14:59

NNNN

Dalle vendite dirette oltre 3 miliardi di fatturato

Dalle vendite dirette oltre 3 miliardi di fatturato

L'82% degli addetti è donna, il 67% ha meno di 55 anni

(ANSA) - MILANO, 26 SET - Oltre 3 miliardi di fatturato per il comparto delle vendite dirette, che secondo un sondaggio Ipsos su un campione di oltre 9.700 addetti, vede un'elevata partecipazione di donne (82%) e di persone sotto i 55 anni (67%). La vendita diretta, secondo i dati raccolti da Ipsos per conto delle associazioni di categoria Avedisco e Univendita, è tutt'altro che un'occupazione saltuaria, visto che il 48% degli addetti lavora nel settore da almeno 7 anni e il 64% da almeno 4.

"La vendita diretta - spiega il presidente di Avedisco Giovanni Paolini - accompagna da anni i cambiamenti nella società italiana lasciando invariato il rapporto cliente-venditore, alla cui base vi è sempre un legame personale e fiduciario".

"Un lavoro antico - afferma il presidente di Univendita Ciro Sinatra - ma modernissimo al tempo stesso. Si evolve nel tempo grazie alle nuove tecnologie, ma non perde la caratteristica fondamentale della socialità". (ANSA).

VE 2023-09-26 16:02 S0A QBXB ECO