

Il 'door to door' rappresenta un modello di marketing di vendita in continuo sviluppo e crescita, offre nuove occasioni nel mercato del lavoro, una fidelizzazione del cliente e una formazione ai delegati delle vendite. Un marchio di garanzia tutela però il consumatore. di Francesca Frigo

vendita diretta sì, ma garantita

nome	Avedisco (2003)
fatturato complessivo	1 miliardo e 140 milioni di euro
aziende associate	34
incaricati alle vendite	164 mila
Occupati (area produzione e amministrazione)	2.500
posti di lavoro ancora disponibili	40 mila

Un codice etico a tutela del consumatore e dell'incaricato alle vendite e una costante attività di formazione per gli incaricati alle vendite: sono questi i due pilastri su cui si muove in questi mesi l'attività di Avedisco, Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori.

“L'Associazione è impegnata a sostenere di fronte al Governo e alle Istituzioni la richiesta di un riconoscimento dell'impegno professionale degli incaricati alle vendite. Una richiesta -spiega Enrico Festa, presidente Avedisco- volta ad accrescere, oltre alla professionalità, anche la credibilità di fronte al consumatore di un settore che può offrire ancora 40 mila occasioni di lavoro. In un momento in cui l'economia vive e soffre di una crisi strutturale, accusa la mancanza di posti di lavoro e un calo dei consumi, e in cui la vendita on line sembra guadagnare via via nuovi spazi, il modello tradizionale di business basato sul door to door sembra mantenere una ottima performance e anzi

le aziende appartenenti ad Avedisco presentano fatturati in crescita, offrono lavoro e creano ricchezza spingendo i consumi. Spesso però i consumatori appaiono diffidenti e incerti sul marketing del 'porta a porta' applicato da alcune aziende, temendo i comportamenti poco onesti dei venditori”.

UN CODICE DI TUTELA

Per questo motivo Avedisco ha adottato un codice etico a tutela sia dei consumatori che degli incaricati alle

vendite, a 'difesa' del quale un garante super partes ne sorveglia l'applicazione. Il vantaggio competitivo di carattere strategico rappresentato dal codice è la credibilità e la correttezza commerciale delle aziende aderenti, che garantiscono i prodotti, il servizio ai clienti e la tutela del consumatore (numerosi i protocolli firmati da Avedisco con le associazioni dei consumatori). A completamento di tale percorso, Avedisco attende ora l'approvazione del disegno di legge sulla

In Europa

Nel 2002 l'Italia si colloca al quarto posto, dietro Germania, Regno Unito e Francia, nella classifica di fatturato della Vendita Diretta nell'Unione Europea realizzato dalle sole imprese associate aderenti alla Federazione Europea.

Il numero degli incaricati alle vendite è di 1.387.124

Nel mondo

A livello mondiale, la Vendita Diretta nel 2002 ha realizzato un fatturato globale (allargato a tutte le imprese, comprese quelle che non aderiscono alla Federazione Mondiale) di 85,580 miliardi di dollari (iva esclusa). L'Italia, si colloca tra i primi 10 Paesi del mondo. Il numero degli incaricati alle vendite è di 47.178.251



Enrico Festa,
presidente Avedisco

vendita diretta e un supporto all'attività di formazione e liberalizzazione degli accessi all'attività di vendita diretta.

UNA VENDITA 'FORMATA' PER IL CONSUMATORE

Altrettanto impegno etico le imprese aderenti ad Avedisco lo dimostrano nei confronti della forza vendita. Avedisco è infatti contro il lavoro 'usa e getta' e promuove un'azione costante nella formazione della forza vendita (ogni azienda organizza in media 28 corsi di formazione

all'anno e 348 di addestramento) che deve essere in grado di andare incontro alle aspettative dei consumatori garantendo una consulenza a 360°. Una vendita consultiva, quella del porta a porta, dove è necessario formare le capacità di: capire il cliente, fare delle dimostrazioni personalizzate per far percepire i vantaggi, comunicare e organizzare le proprie risorse, fidelizzare il cliente alla marca. Pertanto per le aziende aderenti è necessario comprendere come il marketing vincente per lo sviluppo del 'door to door', oltre a quello di

Mission dell'associazione

Avedisco nasce nel 1969 per rappresentare le aziende italiane specializzate nella vendita diretta, da sempre è impegnata a mantenere costante l'attenzione pubblica e istituzionale al comparto. Ha adottato il principio di ripensamento e, in generale, un codice di comportamento etico che deve essere rispettato dalle aziende aderenti, a tutela sia degli incaricati alle vendite che, soprattutto, dei consumatori

prodotto, sia soprattutto quello del processo di vendita che contribuisce a creare valore al cliente.

Per poter vendere i prodotti della Forever Living Products registratevi su www.aloeveraonline.it come incaricato Novus. Altre informazioni: www.team-one.it