

Per combattere la crisi le aziende arruolano sempre più agenti vendita

Ricerca della società Sales Hunters

ARTICOLO | LUN, 29/09/2014 - 18:43 | DI ADNKRONOS



Roma, 29 set. (Labilitalia) - Per fronteggiare la crisi e possibilmente generare profitti, le aziende puntano sempre di più sugli agenti di vendita. Tanto che le selezioni di queste figure, che permettono di mantenere una struttura snella, senza rinunciare alle competenze e alla professionalità tipiche del venditore interno, stanno diventando sempre più frequenti e articolate. Parola di Sales Hunters, società di Head Hunting specializzata nella ricerca e selezione di professionisti in area Sales & Marketing. Una recente

analisi realizzata dalla società Sales Hunters ha indicato, infatti, che nel 2014 si registra un incremento di ricerche per il ruolo. La nuova tendenza è destinata a protrarsi per il resto dell'anno ed emerge come siano in aumento, soprattutto al Nord, le ricerche di profili strutturati, con più di 5 anni di esperienza e un'approfondita conoscenza del settore e prodotti di riferimento. Non solo. La richiesta di una così elevata specializzazione rende i profili ricercati sempre più tecnici e distanti dalla classica rappresentazione dell'agente come classico rappresentante di prodotti. Sales Hunter rileva come al momento il mercato stia richiedendo circa un migliaio di agenti di vendita e che i settori più attivi nella ricerca sono: energia, telefonia, cosmesi, farmaceutica, automazione industriale, componentistica, metalmeccanica e Fast Moving Consumer Goods. Se per la vendita di servizi, che riguarda il 50% delle ricerche totali, larga parte delle ricerche è riservata a profili junior, nel mondo industriale e dei prodotti di largo consumo sono le ricerche di profili senior, equamente suddivise tra agenti monomandatari e plurimandatari, ad interessare maggiormente le aziende. Le percentuali sono esplicative del fenomeno, con il 60% delle ricerche sul Nord Italia (in particolar modo Lombardia, Piemonte e Veneto), il 30% nel Centro Italia e il restante 10% nel Sud Italia. Per quanto concerne l'esperienza dei candidati, le ricerche sono per il 60% indirizzate a profili junior, e il 40% a profili strutturati e quindi più senior, con esperienza di almeno 5 anni nel settore o con tipologia di clientela attigua a quella ricercata. Le caratteristiche maggiormente apprezzate dal mercato sono l'adesione alla visione aziendale, i contatti di cui l'agente è in possesso, la conoscenza di aree specifiche e il fatturato gestito. In parallelo, la ricerca prevede il contatto con un network di opinion leader e key account che possano identificare le professionalità di rilievo, con ottime referenze di mercato. In generale, si denota sempre una maggiore richiesta di competenze specifiche, quindi una conoscenza del prodotto e del settore da parte del candidato. Dal punto di vista di formazione didattica, solitamente l'agente è una persona diplomata. Sulla base dell'esperienza di Sales Hunter, dal lato aziende è emerso come le motivazioni che portano alla ricerca di agenti possono essere molteplici. Tra le principali, la necessità di creare una struttura di vendita immediatamente attiva sui clienti di interesse, con un network di conoscenze importanti mantenendo una struttura gerarchica snella. Quindi, conclude la ricerca, la conseguenza è che si cerca di costruire un team di agenti esterni all'organigramma aziendale, piuttosto che avere un team di venditori diretti.