

VareseNews

Perché vendere prodotti e servizi con gli agenti di commercio in Lombardia, lo spiega AgentScout

Pubblicato: Mercoledì 13 Novembre 2024



Uno dei grandi dilemmi degli imprenditori italiani è il reparto commerciale, quante splendide idee soccombono per mancanza di clientela? Purtroppo tantissime. Gli agenti di commercio e i rappresentanti rimangono uno dei canali più amati dai direttori commerciali, perché permettono un accesso diretto e rapido a nuovi gruppi di potenziali acquirenti. Ma siamo davvero sicuri che funzionino ancora oggi? Per rispondere a questa domanda abbiamo chiamato AgentScout, la prima società italiana di ricerca e selezione del personale specializzata in agenti di vendita; quindi mettetevi comodi perché questo articolo merita veramente di essere letto.

Gli agenti e i rappresentanti funzionano ancora oggi alle porte del 2025?

Lombardia e commerciali un mix da analizzare

Con oltre 800.000 imprese attive, che la Lombardia sia il motore dell'Italia è ormai cosa risaputa a tutti i livelli imprenditoriali, ma una domanda sorge spontanea: *gli agenti di commercio sono ancora essenziali per finalizzare vendite e trattative?* Se da un lato i new media e le tecnologie digitali si stanno progressivamente sviluppando, dall'altro il consumatore finale vuole parlare con professionisti di valore prima di sottoscrivere nuovi contratti. Il mix impresa-agenti ha sempre funzionato sul nostro territorio, ma come stanno le dinamiche del mercato in che direzione si stanno muovendo? Oggi la Lombardia

conta oltre 36.500 agenti di commercio e rappresentanti che operano con successo su tutto il territorio, ma quale sarà la direzione commerciale giusta da seguire nei prossimi anni? Cerchiamo di comprenderlo con calma partendo dal principio.

Una breve storia sulla vendita da Firenze a Milano

Che cosa c'entra Firenze con gli agenti di commercio? E Milano? La famiglia Sforza insieme ai Medici, che rilevanza ha avuto nel mondo degli affari che conosciamo oggi? Bene, la nostra storia parte proprio da queste domande ed inizia in un'epoca lontana, tra Lombardia e Toscana, il Rinascimento. Probabilmente molti di voi non lo sanno, ma **i primi rappresentanti della storia sono nati proprio in Italia**, sotto la corte di Lorenzo Il Magnifico e della famiglia Sforza. Il Rinascimento non era solo un'epoca d'oro per le arti e la letteratura, bensì rappresentò una croce di volta per il commercio nel suo complesso. Se oggi parliamo di globalizzazione, mercati internazionali e moneta unica, lo dobbiamo in parte a quest'epoca straordinaria. Proprio grazie alle arti e ai mestieri, **intorno al 1400 alcuni venditori iniziarono a fare lunghi viaggi in giro per il mondo**, per importare stoffe dai paesi produttori e rivenderle alle grandi famiglie dell'epoca, come gli Sforza e i Medici. Oggi per noi è normale andare da Zara se vogliamo un prodotto con un buon rapporto qualità prezzo, entrare in una grande boutique per godere di un bene di lusso, o semplicemente fare un click sul nostro telefono ed accedere al mondo e-commerce, ma all'epoca era tutto diverso. Ecco quindi che avere la possibilità di **lavorare con dei consulenti, in grado di importare stoffe pregiate**, pronte per essere lavorate, **era una grande opportunità**. Questi commerciali agli albori, sono stati i primi agenti di commercio della storia, in un'epoca dove per vendere non c'era scelta. Se la storia che vi abbiamo raccontato vi sembra molto lontana rispetto al mondo che conosciamo oggi, vi posso garantire che non lo è affatto, perché **da una ricerca Usarci risulta che il 70% del nostro PIL passa ancora oggi dagli agenti di commercio!** Ma come siamo arrivati a questo? Lo scopriremo nel corso del nostro articolo, parte tutto dagli anni sessanta.

I venditori porta a porta degli anni sessanta

Sono un classe 1961 e qualche giorno fa ho spento diverse candeline, ho un ricordo di bambino che merita di essere condiviso:

Siamo nel 1969 in provincia di Varese per l'esattezza nel comune di Oggiona, a un certo punto sento suonare il campanello, vado ad aprire e chi mi trovo davanti? Un giovane venditore porta a porta. Oggi abbiamo una serie di negozi dove è possibile provare i prodotti, fare delle valutazioni, avere una buona consulenza, ma negli anni sessanta e settanta, tantissimi articoli passavano per i cosiddetti Commerciali B2C. Ricordo ancora questo baldo giovane quante cambiali fece firmare a mio padre! Altri tempi.. in poche settimane avevamo in casa pentole, materassi ed enciclopedie; veramente in un'altra epoca.

Ho voluto raccontarvi questo breve aneddoto, perché se oggi esistono delle alternative commerciali, fino a pochi decenni fa **certe trattative si muovevano esclusivamente tramite la vendita porta a porta, con consulenti specializzati**. Per gli imprenditori la domanda: *"Gli agenti e i rappresentanti funzionano ancora?"* Non si poneva affatto, perché scegliere questa strategia, era l'unica soluzione concreta per prendere nuove quote di mercato. E negli anni ottanta la situazione "peggiorò" ancora!

Dagli agenti pubblicitari degli anni ottanta ai venditori di energia del duemila

Probabilmente molti di voi che non conoscono la storia penseranno: *"Si va bene, poi negli anni ottanta sono arrivate le radio e le tv private, quindi addio agenti di commercio!"* Non esiste credenza più falsa di questa. Come dicono i grandi analisti commerciali: *"il marketing seduce non vende!"* Quando un'impresa sceglie di fare una campagna pubblicitaria su un grosso media, sicuramente ha la possibilità di rafforzare il proprio brand per far sì che siano gli utenti ad interessarsi ai prodotti e servizi proposti,

ma alla fine che genera la vendita? Semplicemente una figura commerciale. La nascita dei new media anni ottanta creò un effetto opposto rispetto a quello sperato, se da una parte **il crescente volume pubblicitario permetteva alle imprese di far conoscere i loro prodotti** al grande pubblico, dall'altra in contrapposizione, **servivano agenti di vendita per fronteggiare la domanda**. Il buon marketing unito alla comunicazione efficace, era alla base del successo imprenditoriale negli anni ottanta, ma le aziende che sono diventate veramente grandi, sono quelle che hanno strutturato importanti reti di vendita. Avete visto il film su Ennio Doris? Se non lo avete fatto vi suggerisco di guardarlo. Doris è stato il fondatore di Banca Mediolanum, proprio negli anni ottanta ha costruito la sua fortuna, ma da dove è partito questo giovane imprenditore? Semplicemente la costruzione di una buona rete agenti, efficiente, efficace e trasparente. Ma se credete che il boom degli agenti e venditori abbia raggiunto il suo apice negli anni ottanta e novanta vi sbagliate di grosso. Siamo nel 1996 e Pier Luigi Bersani, allora ministro dello sviluppo economico, liberalizza il settore energetico. In parallelo esplose il mercato della telefonia mobile, così famiglie ed imprese iniziano a conoscere una serie di nuovi prodotti, mai provati prima. **Per gli agenti commerciali e i rappresentanti gli anni duemila sono un periodo d'oro**. La liberalizzazione dei mercati energetici, unita alla crescente domanda di servizi legati alle telecomunicazioni, crea un volume d'affari senza precedenti. Le persone non si fidano ancora di acquistare online e i negozi fisici sono molto limitati, ecco quindi che in questi settori i consulenti commerciali diventano il punto di riferimento assoluto.

Gli agenti e i rappresentanti funzionano ancora oggi alle porte del 2025?

Se da un lato la storia ci insegna che le interazioni umane sono insostituibili, dall'altro il presente recente ci ha mostrato, come il digitale sia diventato parte del nostro quotidiano. **La scelta dei rappresentanti è ancora oggi il focus di molti imprenditori**, ma siamo sicuri che funzioni ancora? Per capirlo abbiamo intervistato l'amministratore delegato di AgentScout, Andrea de Matthaeis, ponendogli una domanda precisa: **cosa spinge i clienti a contattarvi per ricercare agenti di commercio alle soglie del 2025?**

*“Prima di tutto voglio ringraziare la redazione di VareseNews per questa opportunità, parlare del nostro lavoro ci permette di raccontare al grande pubblico cosa facciamo, **spiegando alle imprese perché è essenziale cercare agenti di commercio anche nel 2025**. Fatta questa premessa posso dirvi una cosa precisa, abbiamo dovuto strutturare un call center interno, per rispondere a tutti gli imprenditori che ci contattano quotidianamente. Ogni giorno riceviamo centinaia di richieste, da società ed organizzazioni che vogliono espandersi tramite nuovi rappresentanti. Di solito la costante è sempre la stessa, oggi **le aziende fanno fatica a convertire nuovi clienti**, i costi pubblicitari sono diventati difficili da sostenere sia online che offline e soprattutto il cliente finale si fida molto del passaparola. Questa concatenazione di eventi ha portato ad una nuova epoca d'oro dei consulenti commerciali, basti pensare che per la **parola chiave “ricerca venditori” il servizio Google Trends evidenzia un picco verso l'alto delle consultazioni negli ultimi due esercizi**. Il problema di fondo per le società è quello di **accedere a nuovi clienti in target**, con i loro prodotti e servizi, in modo diretto ed efficace; **chi meglio di un agente di commercio può fare al caso di questi imprenditori?** Nessuno. Per questo motivo qualche mese fa, abbiamo fornito dei dati a Milano Finanza, che ci ha dedicato un bellissimo articolo, in cui si evidenziava come la vendita offline sia ancora uno dei mezzi più efficaci, in particolare per i mercati B2B; dati che sono esattamente coerenti con quanto riportato da Usarci”.*

Navigando online possiamo notare che oggi ci sono oltre diecimila posizioni di lavoro aperte per agenti di vendita e rappresentanti, inoltre i dati di Google Trends parlano chiaro: le imprese vedono queste risorse come profili essenziali per la vendita.

Come le imprese lombarde possono trovare agenti di commercio?

Per quanto suggerire AgentScout come agenzia di selezione sia di parte, perché ci ha aiutato a stendere questo articolo, possiamo sicuramente affermare che un partner affidabile, è alla base del successo delle operazioni commerciali. Ovviamente **occorre valutare più metodi per reperire l'agente di vendita giusto**, senza fermarsi alla prima soluzione analizzata, ma integrare un buon rappresentante fa sicuramente la differenza anche nel 2025. I metodi si possono sintetizzare in tre strategie principali, che vi suggerisco:

L'inserimento di annunci per la ricerca di venditori

Sinceramente la formula dell'inserimento di annunci per la ricerca di venditori la sconsiglio, optare per questa soluzione di solito richiede molto tempo e tanta energia. Le risorse valide lavorano già con imprese affermate, quindi pensare di raggiungere un profilo di valore, seguendo questa strada, è utopistico. In contrapposizione, se vogliamo una figura di basso livello da formare, gli annunci sono una scelta percorribile.

Passaparola tra colleghi

Se abbiamo già dei venditori attivi, possiamo puntare sul passaparola, chiedendo agli stessi di segnalarci amici e partner interessati al nostro prodotto o servizio. Ovviamente anche questa soluzione è abbastanza lenta e non garantisce il risultato, ma può essere un modo economico per affacciarsi al mondo delle reti di vendita.

Agenzie specializzate nella selezione dei rappresentanti

Generalmente i grandi gruppi si fidano delle agenzie specializzate nella selezione dei rappresentanti, perché questo metodo permette all'imprenditore di focalizzarsi sul suo core business, mentre il partner giusto fa tutto il resto. AgentScout ha fatto dell'outsourcing il suo punto di forza, ma esistono anche altre strutture in Italia che operano in modo simile. Scegliere di trovare agenti e rappresentanti tramite questa opzione, è sicuramente la formula più veloce e soprattutto economica in termini di risorse.

Speriamo davvero che questo articolo abbia illuminato molti di voi, eliminando alla radice quelle credenze limitanti, che spesso bloccano lo sviluppo imprenditoriale.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it