

Presidente CDVM

PAOLO GUAZZONE



Dal 2000 : Partner - Direttore Marketing & vendite presso azienda italiana distributrice in ambito internazionale di componenti elettrici per l'industria automobilistica.

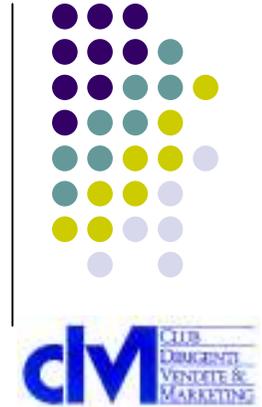
Dal 1974 al 1978 : esperienza tecnica settore telecomunicazioni

Dal 1978 al 1981 : rappresentante/capo area azienda distributrice nazionale componenti elettronici , settore informatica

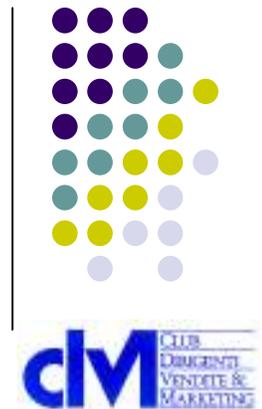
Dal 1981 al 1991 : Sales Manager / Marketing Manager / Sales & Marketing Manager presso gruppo multinazionale americano, settore automotive.

Dal 1991 al 1996 :Direttore Commerciale presso gruppo multinazionale francese, settore automotive.

Dal 1996 al 2000 :Direttore Filiale Italia presso gruppo multinazionale francese, settore automotive.



chi siamo



ANNO DI NASCITA: 1950

APPARTENIAMO AD UNO DEI SEI CLUB DI MANAGER
PROMOSI DALL'UNIONE INDUSTRIALE DI TORINO
per sviluppare la cultura d'impresa e le relative competenze
professionali



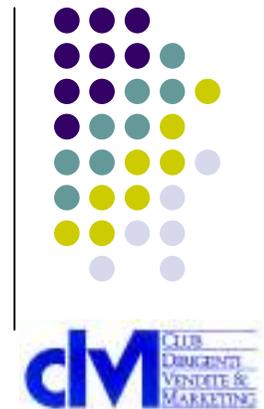
UNIONE INDUSTRIALE TORINO



TOTALE : circa 1.400 iscritti



chi siamo



180 SOCI DIRIGENTI E PROFESSIONISTI

appartenenti ai diversi settori dell'industria, del terziario e della libera professione
con competenze specifiche di marketing e vendite



GRUPPO GIOVANI 75 SOCI STUDENTI E LAUREANDI

(Economia – Gestione aziendale - Scienze della comunicazione ecc.)

LAUREATI PRIMA OCCUPAZIONE

che operano nell'ambito del marketing e/o delle vendite

CHE FARO' DA GRANDE?

grande fratello

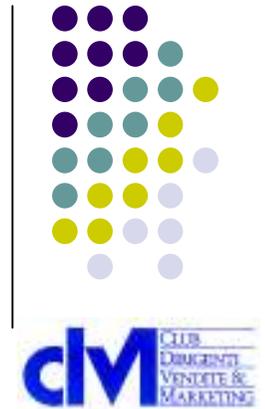
call center

agenzia pubblicità

animatore

.....quello che capita

dobbiamo capire, gestire ed accettare i cambiamenti



I CAMBIAMENTI (mercato /sociale)

IERI

presenza in Italia di grandi gruppi
manifatturieri

orientamento al mercato nazionale
aziende straniere di tipo multinazionale

evoluzione tecnologica progressiva

posizione sindacale: forte

cultura del lavoro fisso

OGGI

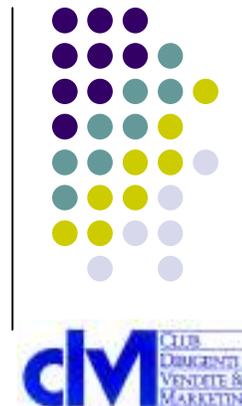
scarsa presenza in Italia di
grandi gruppi manifatturieri
aumento delle aziende del
terziario

la globalizzazione
la produzione è orientata in aree di
maggiore espansione
fusione tra grandi gruppi

la tecnologia si evolve rapidamente

posizione sindacale: debole

lavoro precario



I CAMBIAMENTI (contrattuali)

IERI

Contratto a tempo indeterminato
periodo di prova due mesi

Fidelizzazione aziendale

Carriera aziendale basata
sulle capacità professionali e
l'anzianità in azienda

Mutua ,Pensione “ sicura “ dopo
i 35 anni , attività a carico dello
Stato e dell'azienda

T.F.R.: a fine rapporto di lavoro

OGGI

Stage , lavoro a tempo
determinato

Permanenza in azienda : variabile a
seconda della posizione ricoperta e
dalle strategie aziendali (es.acquisizioni)

Carriera commisurata ai
risultati aziendali

Pensione orientata ai 40 anni di
anzianità

Costruzione personalizzata dell'aspetto
previdenziale ed assicurativo

T.F.R.: gestione personalizzata e
comunque finalizzato alla previdenza

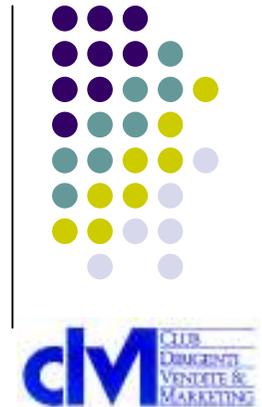


FORZE

- giovane
- buona cultura di base
- flessibilità
- possibilità di cambiamento
- conoscenza linguistica
- dimestichezza con l'informatica
- stimolato dall'ambiente esterno (viaggi)
- disponibilità economica familiare
- sportivo

DEBOLEZZE

- indirizzati a corsi di studio non idonei alla propria personalità ed al mondo del lavoro attuale
- non conoscenza del mondo del lavoro e delle opportunità
- poco smaliziato
- poco orientato al mondo del lavoro
- famiglia dipendente
- scarsa visione degli obiettivi a medio lungo termine



OPPORTUNITA'

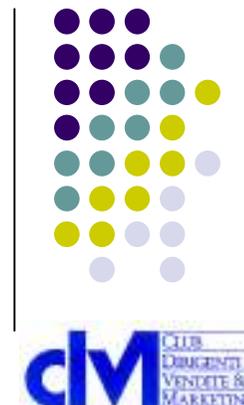
- Focalizzarsi sul fattore "volere/potere"
- scegliere veramente cosa voler fare da grande e perseguire fortemente l'obiettivo
- Proporsi come collaboratore e non "in cerca di un lavoro qualunque"
- Distinguersi dal gruppo
- Focalizzarsi su piccole realtà
- Informarsi costantemente su cosa succede nel mondo del lavoro
- Rispondere alle ricerche di lavoro anche se si pensa che non è ancora tempo,...non perdetevi i treni della vita
- Non fidatevi del sentito dire e non accettate i luoghi comuni (momento difficile,ecc...ecc....

MINACCE

- Lavori saltuari,non consoni al titolo di studio
- Difficoltà a realizzarsi e sentirsi realizzati
- In cerca di primo impiego a tarda età
- Demotivazione in generale

Le richieste di lavoro per settore

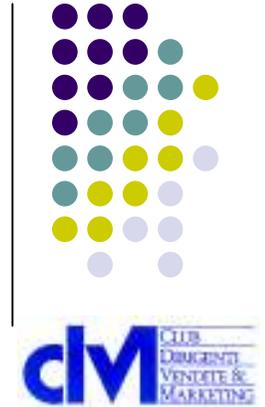
Vendite	3.461	31,9%
Attività manifatturiere	1.788	16,5%
Installazione/manutenz./riparazione	1.201	11,1%
Finanza/Credito+Amministrazione+Top management	1.378	12,7%
Logistica e Acquisti	467	4,3%
Costruzione e estrazione	352	3,2%
Marketing	345	3,2%
Ingegneria e architettura	310	2,9%
Ristorazione e Turismo	296	2,7%
Servizi	205	1,9%
IT (information tech. + sw + hw)	256	2,4%
Ricerca e Sviluppo	115	1,1%
Trasporti	139	1,3%
Sanità e assistenza sociale	156	1,4%
Risorse umane	137	1,3%
Arte/intrattenimento/sport/media	66	0,6%
Controllo qualità	65	0,6%
Attività immobiliari	33	0,3%
Agricolt./ambiente/pesca/veterin.	24	0,2%
Istruzione e Formazione	19	0,2%
Sicurezza e servizi di tutela	14	0,1%
Legale	9	0,1%
Totale	10.836	100,0%



37%

L'UOMO DI VENDITA IERI

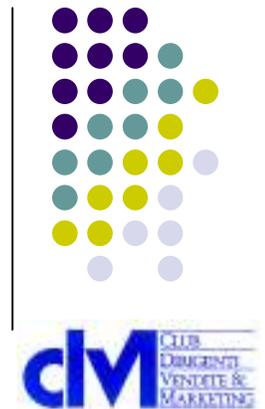
Isolato
Intuitivo
Self made
Ripetitivo
Attento al guadagno
Raccogliatore di ordini



L'UOMO DI VENDITA OGGI

E' manager di se stesso
Sa gestire il proprio tempo
Fa parte di un gruppo
Lavora con metodo
Preparato professionalmente
Anticipa il bisogno del cliente

CORRELAZIONE TRA MARKETING E VENDITE



L'uomo di vendita rappresenta l'azienda all'esterno, per questo è importante una buona cultura e preparazione di base, sapere comunicare e l'immagine.

Il rapporto con il cliente è fondamentale, specie in una situazione di offerta superiore alla domanda (identificazione dei bisogni)

L'uomo di vendita deve conoscere ed aggiornarsi costantemente sui cambiamenti dei mercati, dei clienti, dei prodotti, dei prezzi, della concorrenza

Il marketing lavora sugli elementi forniti dagli uomini di vendita

L'azienda lavora in funzione dei dati forniti dal marketing

Un'analisi di mercato errata crea danni a tutta la struttura aziendale

LA VENDITA è alla base di tutte le attività aziendali ?

sono attività di vendita anche se di diverso livello :

Comprare e vendere aziende

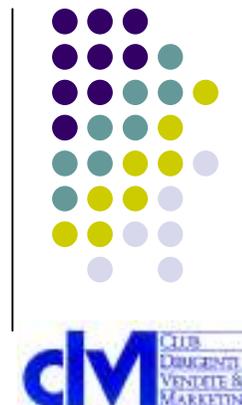
Creare accordi, joint venture

Stilare contratti internazionali

...un imprenditore, un dirigente, un esperto, un consulente, un amministratore delegato, si sentirebbe sottovalutato se fosse definito

UN BUON VENDITORE ?

SICURAMENTE NO



FORMAZIONE BASE



Laurea 1°liv.- Laurea magistrale

Inglese + 2° lingua

Informatica

TRASFERIMENTI ALL'ESTERO



permanenze all'estero per
approfondimenti linguistici

conoscenza delle culture

stage stranieri



COMPETENZE DI BASE

sapere pianificare e gestire il proprio tempo ed il territorio

disponibilità a viaggiare

predisposizione al lavoro di squadra

sapere relazionare con le persone



ATTITUDINI

dinamicità

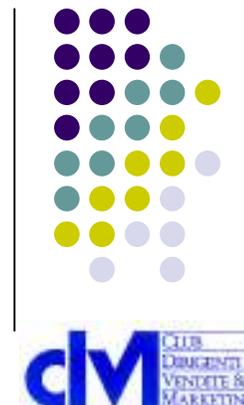
motivazione

iniziativa



DIPENDENTE

Regolato dai contratti nazionali di categoria: prevedono una particolare forma di inquadramento per il personale esterno e con qualifica specifica

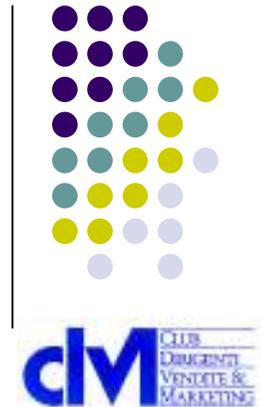


RAPPORTO D'AGENZIA (partita IVA)

Rapporto tra due soggetti giuridici, la Casa mandante e l'Agente di commercio. Aspetti contrattuali più complessi

Contratto di agenzia (Codice Civile, art. 1742:1753): una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata.

DIPENDENTE

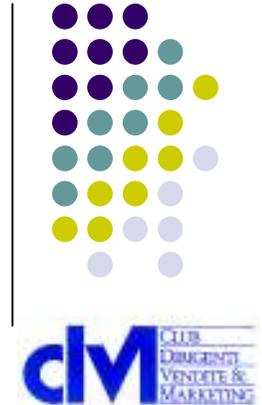


CONTRATTO INDUSTRIA (13 mensilità)	CONTRATTO COMMERCIO (14 mensilità)
DIRETTORE	DIRETTORE
VICE DIRETTORE	1° LIVELLO QUADRO
DIRIGENTE	1° LIVELLO
7° LIVELLO QUADRO	2° LIVELLO
7° LIVELLO	3° LIVELLO
6° LIVELLO	4° LIVELLO
5° LIVELLO	5° LIVELLO
4° LIVELLO	6° LIVELLO
3° LIVELLO	
2° LIVELLO	
1° LIVELLO	

RAPPORTO D'AGENZIA (partita IVA)

ENASARCO:

Istituto previdenziale degli Agenti e Rappresentanti di Commercio



MONOMANDANTE:

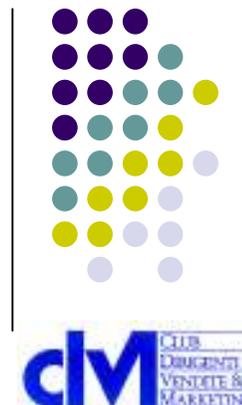
Agente che esercita la propria attività
per una sola azienda mandante

PLURIMANDANTE:

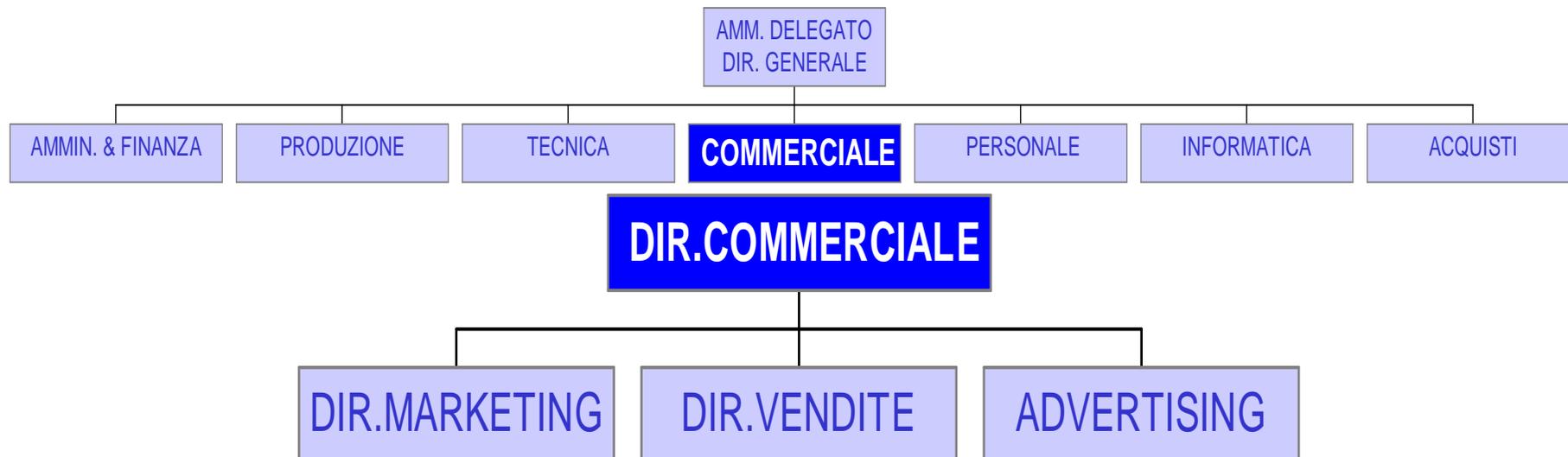
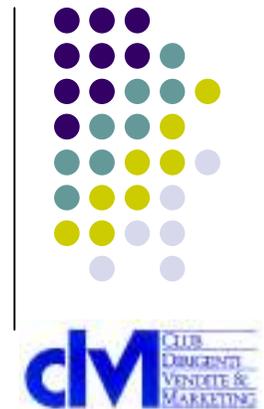
Agente che esercita la propria attività
per più aziende mandanti

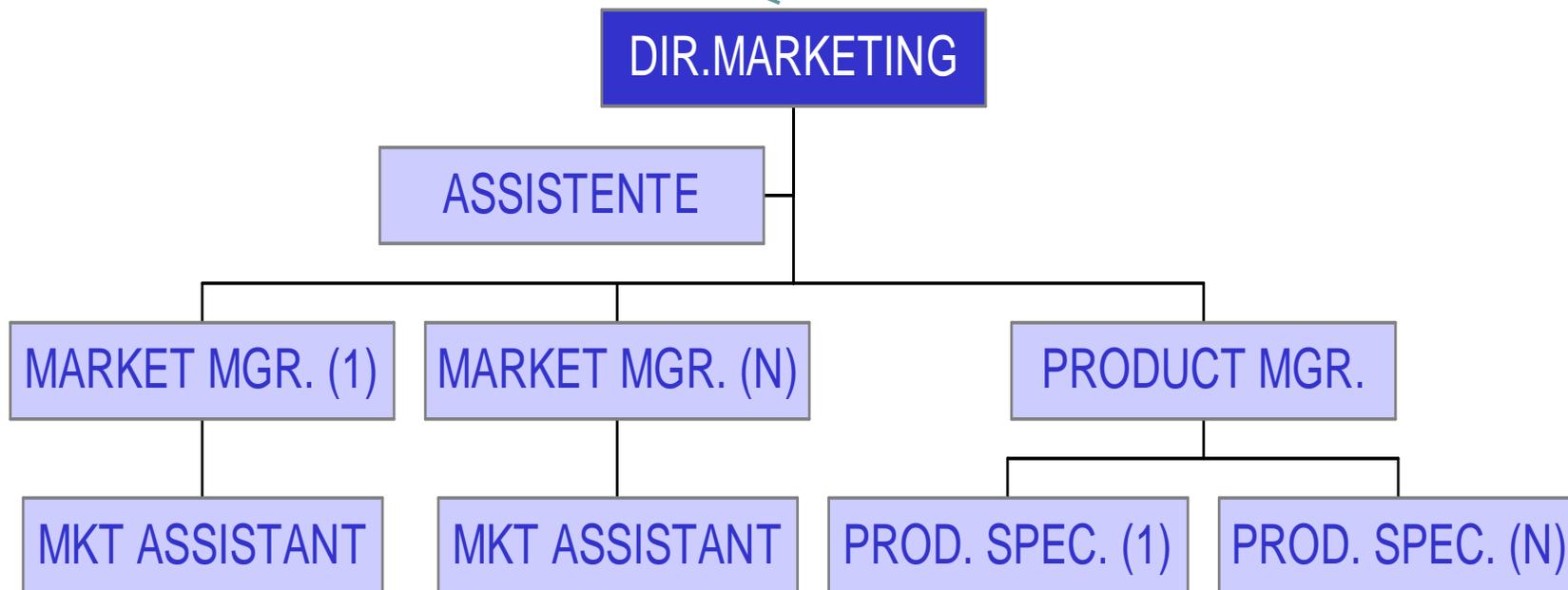
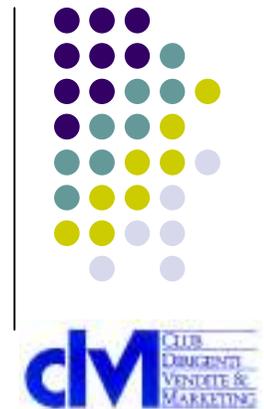
Rientrano nella categoria di rappresentanti /agenti di commercio :

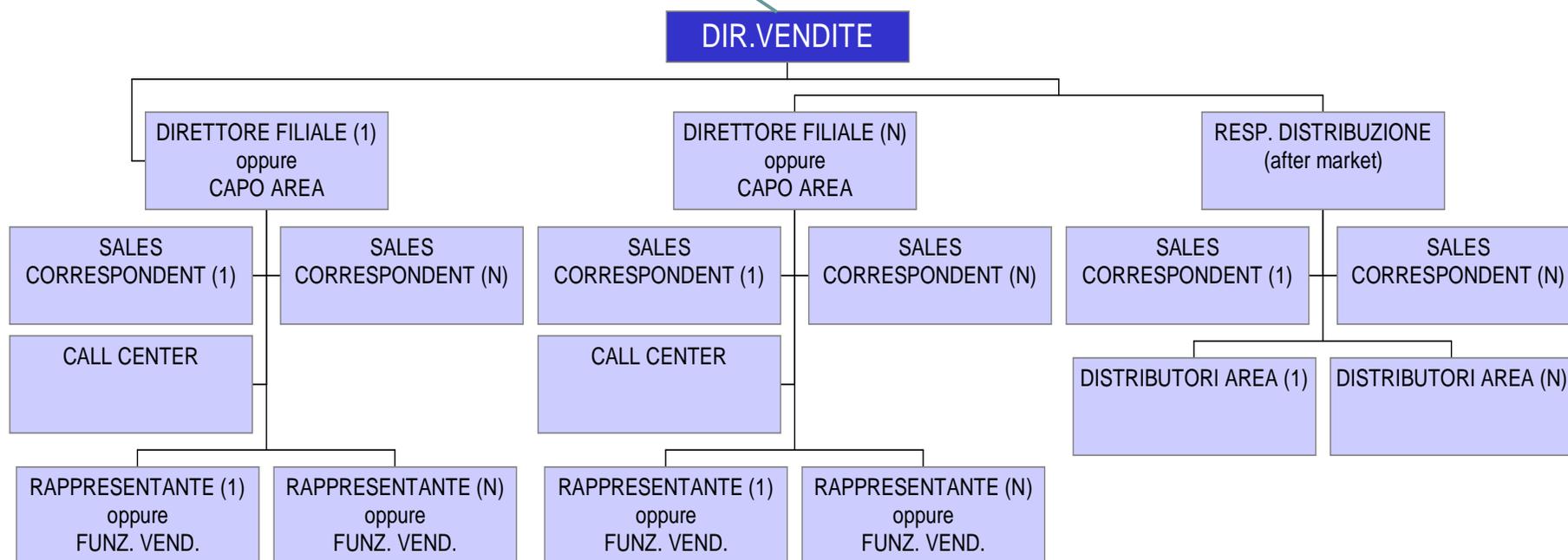
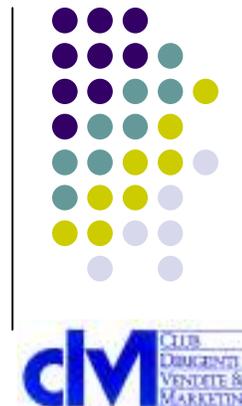
- Rappresentanti di beni e servizi industriali
- Promotori finanziari
- Agenti di borsa
- Agenti immobiliari
- Assicuratori
- Agenti turistici
- Consulenti qualità
- Consulenti marketing e comunicazione
- Organizzazione e gestione del personale



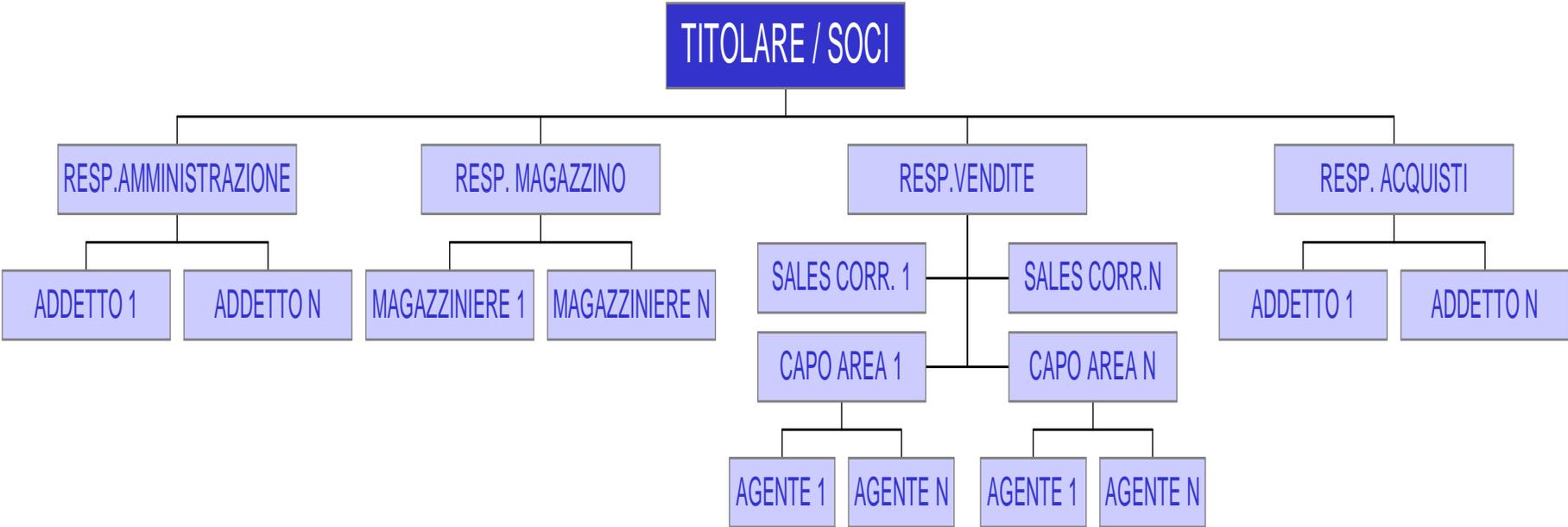
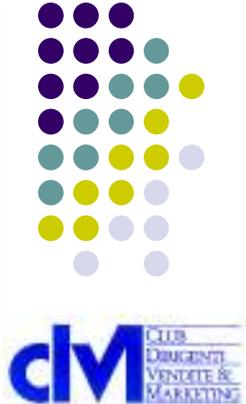
L'AREA COMMERCIALE IN UN'AZIENDA INDUSTRIALE







ORGANIGRAMMA DI UN'AZIENDA COMMERCIALE:



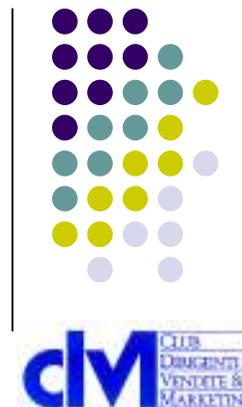
CAMBIARE

è una sfida

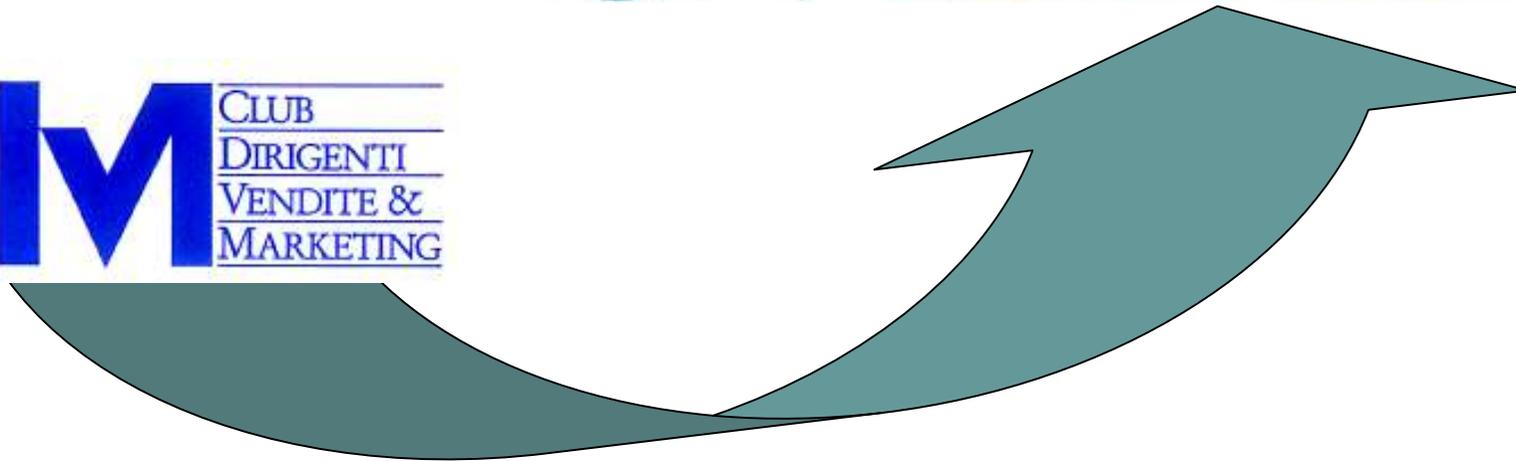
dobbiamo accettare

la sfida

CAMBIANDO



ti aspettiamo al....



www.cdvm.it