

LA PSICOLOGIA DEI VENDITORI "PORTA A PORTA" OGGETTO DI STUDIO IN AMBITO ACCADEMICO

13 Maggio 2019



L'AQUILA - Il mondo accademico punta l'attenzione sulla vendita a domicilio, che nel nostro Paese vale 3,6 miliardi di euro e dà lavoro a più di 520mila addetti (dati Format Research per Univendita-Confcommercio, marzo 2017).

A indagare come funziona questo settore non sono solo i ricercatori nell'ambito del marketing e dell'economia d'impresa, ma anche gli psicologi: ne è un esempio il lavoro di Fernanda Siboni, laureatasi in Psicologia delle Organizzazioni all'Università degli Studi Nicolò Cusano - Telematica di Roma con una tesi dal titolo "I processi cognitivi delle aziende della vendita diretta in Italia".

Lo scopo? "In primo luogo, capire se i professionisti della vendita di maggior successo hanno dei tratti che li accomunano per quanto riguarda i processi cognitivi che consentono loro di crescere a livello professionale - spiega Siboni -. In secondo luogo, ho analizzato come questi processi cognitivi sono legati all'apprendimento e alla riproducibilità di performance eccellenti".

Per condurre la sua ricerca, Siboni ha fatto tesoro della sua esperienza di formatrice e coach per aziende della vendita diretta e ha analizzato numerose testimonianze di venditori, lavorando su fonti fornite, fra gli altri, da Univendita, la maggiore associazione di categoria del settore.

"La conclusione che si può trarre - spiega Siboni - è che i venditori a domicilio di maggiore successo presentano delle comunanze attitudinali: visione sistemica, espressività emotiva, predisposizione a cogliere le opportunità e alle relazioni interpersonali. E, soprattutto, tenacia e determinazione che si trasformano in resilienza, cioè la capacità di superare in modo costruttivo le difficoltà, uscendone rafforzati".

Le performance eccellenti, spiega sempre Siboni, si realizzano quando questi aspetti attitudinali si uniscono con l'apprendimento, "che è il processo cognitivo cardine per imparare strategie di successo mediante il modellamento di esempi di eccellenza prestazionale estrapolati dal settore".

A questo proposito, l'autrice ha considerato le applicazioni di alcuni modelli della Pnl (Programmazione neuro linguistica) che attivano processi di cambiamento finalizzati a potenziare i livelli di autoefficacia.

Conclude Siboni: "Il desiderio di evolvere, spesso correlato a un senso di riscatto, è il motore che spinge molti venditori a sfidare se stessi in un contesto dove nulla è scontato e ogni conquista è fonte di appagamento".

"Il lavoro di Fernanda Siboni conferma che la vendita a domicilio è un settore dove è possibile realizzare una vera e propria crescita personale - chiosa il presidente di Univendita, Ciro Sinatra -. Molti entrano in questo mondo per motivi economici, magari dopo aver perso l'occupazione o perché insoddisfatti del proprio lavoro. Tanti, soprattutto donne, per la possibilità di conciliare il lavoro con gli impegni familiari. Con il tempo, trovano molto di più. Ciò che mi preme sottolineare, e che la tesi di

Siboni evidenzia, è che venditori non necessariamente si nasce: l'eccellenza si raggiunge con l'apprendimento costante. La formazione, oltre a essere un dovere per le aziende e un diritto per i venditori, è un vero e proprio fattore determinante per il successo. Per questo le imprese di Univendita offrono ai venditori percorsi formativi gratuiti, qualificanti e continuamente aggiornati".