

TrovoLavoro

Profili commerciali, i colloqui delle imprese e degli specialisti della selezione. Il focus su settori come le risorse umane, il mercato immobiliare e il mondo dell'informatica

AGENTI 4.0, CHE COSA CERCANO LE AZIENDE

di **Luisa Adani**

La ricerca dei profili del commerciale non vede crisi. Siano agenti e quindi liberi professionisti oppure dipendenti, le aziende soprattutto in questo periodo hanno un bisogno vitale di investire su chi sa proporre e spingere prodotti e servizi. Nota dolente: anche in questo contesto le imprese sottovalutano l'apporto delle donne bruciando così competenze che alla prova dei fatti risultano determinanti. «Serve incentivare la presenza delle donne. La prova è nei fatti: sono solo il 13% ma vendono il 20% più degli uomini — commenta Andrea Polo di Milano Exe. Hanno una migliore capacità di ascolto, conoscono meglio il prodotto dato che prestano maggiore attenzione alla formazione continua, sono più preparate, attente e scrupolose dei colleghi uomini e fidelizzano i clienti in misura maggiore. Si tratta di dati Enasarco, l'ente nazionale di assistenza per gli agenti e i rappresentanti di commercio». In questo momento Milano.exe ha aperte le selezioni per 200 professionisti senior e junior (100 al Centro e 100 al Sud) per settori che vanno dal mondo dell'edilizia ai prodotti per la sanificazione, dal mondo del fotovoltaico e quello dell'automotive passando per noleggio a lungo termine, telefonia, energia, assicurazioni, banche. Le competenze richieste sono spesso tecniche e quindi in alcuni casi ci si indirizza verso laureati nel settore di

competenza. È gradito un buon inglese, ma non sempre, mentre per tutti i profili sono richieste le competenze digitali necessarie per veicolare la comunicazione del prodotto anche online. Le figure ricercate hanno gradi di seniority diversa, dai neodiplomati o neolaureati ai professionisti con più o meno esperienza.

«Le limitazioni nel movimento e i lockdown più o meno stretti hanno richiesto a tutti di usare i canali di vendita online, ma attenzione — ricorda Mario Straneo, ceo di **QuoJobis** — si tornerà presto per molti prodotti alla classica vendita viso a viso e quindi alle competenze informatiche continueranno ad affiancarsi anche quelle nella relazione diretta». In tutti i casi le aziende dovranno puntare su profili determinati da una grande proattività. Le ricerche dell'agenzia in corso sono una sessantina. Fra queste: un direttore vendite e 15 venditori, settore giocattoli (Lombardia/Emilia); 18 venditori, sistemi di antifurto; responsabili commerciali; sales manager e impiegati; 5 sales account per l'agenzia stessa (Lazio e Sardegna). Se ci concentriamo solo sulle selezioni di agenti di commercio monomandatari, Adecco ne ricerca circa 80, in tutta Italia. In particolare: 11 posizioni in Emilia-Romagna, 13 in Piemonte e 18 in Lombardia. Più di 140 opportunità per agenti di commercio pluri e mono mandatari passano anche da TrovoLavoro.it con una interessante mobilità del mercato: 60 nuove pubblicazioni nell'ultima settimana. Riguar-

dano soprattutto la Lombardia, la Toscana, il Piemonte e l'Emilia-Romagna; prevalentemente il settore dei servizi e della sanità. I rapporti sono Enasarco (e quindi da liberi professionisti) ma anche a tempo determinato e indeterminato. Cento ricerche per commerciali anche in Manpower su tutta Italia: tra agenti di commercio, sales account, back office commerciali. Diversi i settori: dall'industriale alle telecomunicazioni passando per i servizi, in particolare quelli bancari legati ai pagamenti elettronici. Molto richiesti i profili tecnico-commerciali per il comparto industriale.

Fra i settori in rilancio, c'è quello immobiliare con la conseguente esigenza di consulenti e agenti commerciali. È il caso di Remax che si indirizza a professionisti con esperienza ma anche a neofiti: geometri e architetti ma anche a chi ha una preparazione diversa ma buone capacità relazionali. Vacancy anche in Gabetti che sul sito riporta i profili richiesti e in Coldwell Banker Italy che ha appena lanciato una campagna per più di 200 agenti immobiliari in tutta Italia. Infine, cogliamo come segno di una prossima ripresa del mercato del lavoro il fatto che Umana, una delle principali agenzie per il lavoro, stia ricercando per incrementare la sua struttura: 100 commerciali dell'area risorse umane in tutta Italia con il compito di instaurare nuove relazioni commerciali, ampliando il portafoglio clienti della filiale e fidelizzare i clienti acquisiti; 20 key account (Veneto, Piemonte, Liguria ed Emilia-Ro-



magna), specializzati nella trattativa con la pubblica amministrazione; 10 account che seguiranno in modo specifico le aziende del settore informatico (Lombardia, Piemonte, Emilia, Lazio e Toscana). A queste ricerche se ne aggiungono altre per i clienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le figure

● Un settore che non vede crisi è il commerciale che, anzi, ha bisogno vitale di investire su chi sa proporre e spingere prodotti e servizi. Ma dove purtroppo le imprese sottovalutano spesso il potenziale delle donne: secondo i dati Enasarco, sono solo il 13% ma vendono il 20% più degli uomini grazie alla loro capacità di ascolto e fidelizzano i clienti in misura maggiore

● Per quanto riguarda le competenze, sono spesso richieste capacità tecniche e quindi in alcuni casi ci si indirizza verso laureati nel settore di competenza, un buon inglese, ma non sempre, mentre necessarie sono le competenze digitali per la comunicazione del prodotto anche online. Le figure richieste hanno gradi di seniority diversa, dai neodiplomati o neolaureati ai professionisti con più o meno esperienza

● Sono una sessantina le ricerche in corso di [Quojobis](#) mentre 100 figure commerciali sono pubblicate anche da Manpower