

È caccia ai manager delle vendite

IL VENTO DELLA RIPRESA SPINGE QUESTA CATEGORIA PAGANO DI PIÙ I SETTORI ALIMENTARI E BENI DI LARGO CONSUMO CON UNA RETRIBUZIONE MEDIA DI 107.740 EURO, DAVANTI AD ASSICURAZIONI (106.989) E CHIMICA (106.657)

Luigi Dell'Olio

Milano

Il vento della ripresa economica spinge le aziende italiane a puntare con decisione sui manager delle vendite e dell'assistenza ai clienti, una funzione cruciale per fare la differenza soprattutto nei settori caratterizzati da una concorrenza serrata. Uno studio realizzato da Badenoch & Clark (azienda specializzata nel recruiting di figure manageriali ed executive) e Job Pricing, che Affari e Finanza pubblica in esclusiva, segnala che le ricerche di professionisti in questo settore risultano in crescita del 13% rispetto a un anno fa. Così, dopo la lunga cura dimagrante delle aziende, che ha coinvolto anche gli organici nelle figure di vertice, adesso arriva il momento di tornare ad assumere e si punta in particolare sui settori che possono dare uno sprint al business. Eppure lo stesso studio segnala che nell'ultimo anno i dirigenti del comparto vendite & customer service hanno dovuto fare i conti con una contrazione delle retribuzioni nell'ordine del 2,8%, sostanzialmente in linea con il -2,9% fatto registrare dall'intera categoria dirigenziale. Segno del fatto che la lunga crisi aveva lasciato per strada molti professionisti del settore, che ora si ricollocano senza poter spingere sulle retribuzioni, almeno per la componente fissa.

La Salary Guide di Badenoch & Clark segnala che i dirigenti dell'area vendite & customer service impiegati presso le aziende italiane guadagnano mediamente 98.183 euro lordi annui (ral) e si piazzano al quinto posto di una classifica domi-



con retribuzioni quindi più contenute.

«Va poi ricordato che le retribuzioni variano molto tra un'azienda e l'altra con le grandi realtà che pagano meglio e i profili senior che possono guadagnare anche il 30% in più dei giovani», aggiunge Valdes. Che si dice convinto di un incremento della ral per questa categoria professionale nell'anno in corso se si confermeranno le previsioni di un consolidamento della crescita economica nel nostro Paese. Sono soprattutto le aziende più orientate verso i mercati internazionali a cogliere i benefici della ripresa, e probabilmente quelle che concentreranno il maggior numero di assunzioni nei mesi a venire.

«Il recruiting di settore resterà su livelli elevati, andando a premiare soprattutto chi ha skill e competenze specifiche». Questo comparto è molto ampio, per cui la media è inevitabilmente una semplificazione. Qualche esempio: il direttore vendite estero deve avere non solo competenze linguistiche avanzate, ma anche una profonda conoscenza dei mercati nei quali va a operare e questo gli può consentire di spuntare parecchio in più rispetto a un direttore vendite Italia. Così come il direttore vendite e marketing, figura presente nelle grandi imprese, è spesso un dirigente di primo livello, e meglio retribuito di chi ha la responsabilità solo di uno dei due ambiti.

Quanto alle categorie merceologiche aziendali che pagano meglio, lo studio di Badenoch & Clark colloca al primo posto le realtà che si occupano di alimentari, bevande e beni di largo consumo con una ral media di 107.740 euro, davanti alle assicurazioni (106.989 euro di media) e alle realtà della chimica (106.657). Segno che sono i settori più esposti a una concorrenza serrata quelli nei quali i manager delle vendite & customer service possono fare maggiormente la differenza.

QUANTO GUADAGNANO I MANAGER

Retribuzione annua lorda per tipo di specializzazione, in euro

DIREZIONE GENERALE	119.400
LEGALE & COMPLIANCE	106.205
AMM., FINANZA & CONTROLLO	99.557
MARKETING & COMUNICAZIONE	98.633
VENDITE & CUSTOMER SERVICE	98.183
RISORSE UMANE & ORGANIZ.	97.197
ACQUISTI, LOGISTICA & SUPPLY CHAIN	96.230
PRODUZIONE & QUALITÀ	93.495
RICERCA & SVILUPPO	92.304
IT & WEB	92.267

I REDDITI DEI MANAGER DEL COMPARTO VENDITE

Retribuzione annua lorda, in migliaia di euro

	Low	Midpoint	High
■ DIRETTORE VENDITE E MARKETING	85,1	105,0	129,8
■ DIRETTORE VENDITE ITALIA	79,4	95,9	118,3
■ DIRETTORE VENDITE ESTERO	83,9	103,6	127,8
■ RESP. VENDITE DI AREA/CAPO AREA	81,2	94,9	110,9
■ DIRETTORE CANALE DI VENDITA	81,4	100,4	123,9
■ NATIONAL KEY ACCOUNT MANAGER	78,6	91,8	107,3
■ BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR	83,3	97,3	113,8
■ DIRETTORE CUSTOMER SERVICE	79,9	96,9	119,6
■ DIR. SUPP. TECNICO POST VENDITA	80,0	98,7	121,8
■ RESPONSABILE LINEA DI VENDITA	78,1	91,4	106,8



Pietro Valdes (1), managing director of Badenoch & Clark; **Luca Fontana** (2), nuovo direttore vendite di Bergader Italia; **Vincenzo Vavalà** (3) resp vendite Audi; **Shane Spyak** (4), nuovo staff vice president of sales per Europa, Medio Oriente, Africa e India di Delta Airline e **Alberto Panariello** (5), nuovo sales & marketing di Europcar Italia

nata dalla direzione generale (119.400 euro), e la cosa non sorprende dato che in genere si tratta del numero due in azienda dopo il ceo o del tre se c'è un presidente, seguita da legale & compliance (106.205), amministrazione, finanza e controllo (99.557) e dal marketing (98.633). Più indietro tutte le altre categorie manageriali, dall'area risorse umane a quella degli acquisti, dalla logistica alla produzione, dall'it alla ricerca e sviluppo.

«Attualmente il manager del-

le vendite è tra le figure più ricercate, con un balzo del 13% nel confronto annuo», racconta Pietro Valdes, managing director di Badenoch & Clark. «I livelli retributivi restano sotto pressione, ma va considerato che questa categoria professionale può contare anche su un variabile che mediamente si attesta sul 21% della ral». In sostanza, le aziende partono da stipendi non particolarmente elevati, ma chiedono ai professionisti del settore di condividere il percorso di crescita, facendoli par-

tecipare ai risultati conseguiti. Il che rappresenta anche uno strumento di fidelizzazione. Quando si effettuano confronti sui livelli salariali, e il discorso vale per tutte le figure manageriali, va poi ricordato cosa è accaduto nell'ultimo decennio. Molte aziende hanno fronteggiato la doppia recessione che ha colpito l'Italia ricorrendo a fuoriuscite soprattutto dei profili più senior, e quindi tendenzialmente più costosi. Con la ripresa si torna ad assumere, ma spesso manager più giovani e