



Il magazine che dà più VALORE ai professionisti Sales & Business

[www.venderedipiu.it](http://www.venderedipiu.it)

Volume 53 - Settembre/Ottobre 2018 - € 5

# A CHE FUTURO STAI PENSANDO, OGGI?

**NUOVI SCENARI**  
da acquisto a esperienza  
il cliente online e offline  
il Sales cambia a Milano

**NUOVI STRUMENTI**  
per il business  
per il team  
per migliorarsi



**LA CUSTOMER EXPERIENCE INSEGNATA DA EDOARDO LOMBARDI**

Ronald Heifetz, Marty Linsky,  
Alexander Grashow

## LA PRATICA DELLA LEADERSHIP ADATTIVA

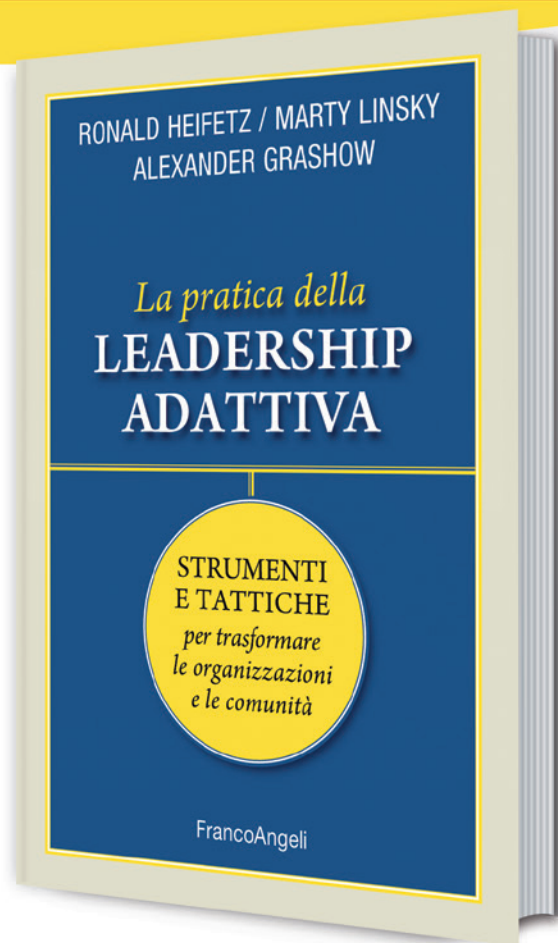
Strumenti e tattiche per trasformare  
le organizzazioni e le comunità

Se volete sviluppare la vostra capacità di leadership - non importa quale livello di responsabilità ricopriate nella vostra azienda o nella vostra organizzazione - questo è il libro per voi.

Se volete aiutare gli altri a rafforzare le loro capacità di affrontare il cambiamento (che siate un trainer, un coach, un consulente, un facilitatore o un semplice amico), questo è il libro per voi.

Per la prima volta in italiano, un quadro completo dell'approccio alla pratica della leadership di uno dei più importanti teorici al mondo sul tema.

228 pagine, € 25,00 (anche in e-book)



 **FrancoAngeli**  
Management  
Le conoscenze per innovare

## Mauro Baricca IL MANTRA DEL VENDITORE: ALZATI E FATTURA!

Manuale pratico di sopravvivenza  
in mercati liquidi

Negli ultimi anni per i venditori è fondamentale contare su se stessi, sulla propria passione, sulla capacità di adattamento, miglioramento, per mettere in campo tutti i processi di coinvolgimento del cliente.

Questo libro parla di etica e di aggressività di vendita: ciò può sembrare un paradosso, invece è la magica alchimia che permette di creare clienti soddisfatti nel tempo che diventano il tramite per raggiungere altri clienti.

144 pagine, € 19,00 (anche in e-book)





# ED + ITO + RIALE



**MARIA  
BIETOLINI**

Copywriter in agenzie pubblicitarie internazionali, come consulente lavora in team con le aziende-clienti, realizzando strategie, campagne pubblicitarie multimediali, siti, telepromozioni, azioni per la forza vendita ed eventi. Spazia dal settore finanziario al beauty, al B2B.

## ODDIO, È GIÀ QUASI NATALE!

Il nuovo anno “vero” è iniziato da neanche un mese e già qualcuno mi ha detto che non vede l’ora che arrivino le vacanze di Natale per spalmarsi sul divano. Di più: in caso di milanese imbruttito diversamente giovane, per *spatasciarsi*, che è molto di più (per intenderci, un libro cade per terra, un uovo fa “spatàsc!”). Mi sembra un po’ prestino per dichiararsi stanchi per il lavoro fatto. Siamo forse stanchi del lavoro che stiamo facendo?

Se si vuole cambiare vita... auguri! Se si vuole migliorare come la stiamo vivendo, forse qualche aiutino possiamo darlo anche noi.

Per questo nuovo numero di V+ magazine abbiamo chiesto e creato contenuti che possano fornire stimoli e strumenti di miglioramento professionale e personale molto condivisibili e molto, molto applicabili (è una nostra fissa!). Perché pensiamo che spesso **il nostro sentirci stanchi sia migliorabile. Per ognuno lo start può essere diverso: un nuovo tool, un modo diverso di guardare o fare la stessa cosa, il superamento di un’abitudine, l’esperienza di una cosa nuova...**

Vale per tutti: anche io tempo fa mi sentivo un po’ di palta. Quasi non scrivevo più, tanto per dire, e la scrittura è la mia ragion d’essere, non solo il mio prodotto. Quindi?

Quindi sono tornata a scuola di scrittura. Però diversa: ho investito le mie (ahimè brevi) vacanze per un corso di narrazione del viaggio, con lezioni e compiti (tanti!), in un contesto isolato e con una classe di sconosciuti agguerriti *competitor* – per stare nel nostro linguaggio “al commerciale”.

Risultato? Ho visto alcuni errori e pigrizie nel mio lavoro attraverso gli occhi degli altri e del prof, ho riprovato la sottile ansia e il sottile piacere di dover produrre un risultato certo in tempi certissimi, dopo molto tempo di lavoro in solitudine ho rivissuto il confronto e il feedback. Leggere a voce alta davanti a dodici scrittori in formazione cambia la prospettiva di ciò che hai scritto e dà una nuova percezione dei punti in cui gli ingranaggi stridono.

“Se fai fatica a leggere tu quello che hai scritto, figurati i tuoi lettori”: commento ovvio? Provate a registrare la vostra prossima telefonata a un *prospect* o a un cliente, o la vostra prossima presentazione, poi riascoltatevi: l’unica cosa ovvia è che vi sentirete male.

Di questo si tratta, almeno per me: **riscoprire la propria passione attraverso un miglioramento laterale – che può venire da un nuovo punto di vista o da una esperienza formativa nuova.**

Speriamo, come sempre, che V+ sia il vostro alleato sul campo. E... **scriveteci le vostre storie di stanchezza e cambiamento, la nostra narrazione è il vostro viaggio quotidiano.**



Socio effettivo

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

**EDITORE**

Vendere di più Srl

ufficio operativo: via Vitruvio 3, 20124 Milano  
magazine@venderedipiu.it

**GESTIONE ABBONAMENTI E ARRETRATI:**

Staff comunicazione e servizi editoriali Srl  
Via G.B. Bodoni, 24 - 20090 Buccinasco (MI)  
www.staffonline.biz  
Dal lunedì al venerdì: 9.30/12.30 - 14.30/17.30  
mail: abbonati@staffonline.biz

**LEGALE RAPPRESENTANTE**

Maria Bietolini > maria@venderedipiu.it

**DIRETTORE RESPONSABILE**

Maria Bietolini > maria@venderedipiu.it

**COORDINAMENTO**

Valeria Tonella > valeria@venderedipiu.it

**GRAFICA**

Enrico Sabadin per St'art Grafica - startgrafica.it

**FOTO**

L'editore è a disposizione degli interessati qualora, nonostante le ricerche, non sia stato possibile reperire il detentore di eventuali diritti su immagini.

**AMMINISTRAZIONE**

amministrazione@venderedipiu.it

**Hanno contribuito a questo numero**

Alberto Aleo, Alice Alessandri, Fabio Azzolina, Flavio Cabrini, Centro Medico Santagostino, Marco Faccio, Stefano Ferranti, Riccardo Germani, Help Scout, Cosimo Melle, Marylou Pillitteri, Laura Piloni, Valter Ribichesu, Start Up Italia, Wobi

**©TUTTI I DIRITTI SONO RISERVATI**

I contenuti e le immagini di proprietà sono riproducibili solo previa espressa autorizzazione dell'editore

Le scelte editoriali della rivista sono improntate esclusivamente all'analisi della rete e delle modalità di vendita delle aziende. In nessun caso V+ può essere ritenuta responsabile per le caratteristiche dei prodotti o dei servizi di tali aziende

Registrazione Tribunale di La Spezia

n. 5/09 del 29/10/2009

Iscrizione al ROC n. 21886

# Guida alla lettura

## Tipologia dei contenuti



**Mondo V+**



**Valore professionale**



**Valore per comunicare**



**Valore personale**



**Lifestyle**



**Rubriche**

## Le aziende di questo numero

**Franco Angeli**  
(pag.2) www.francoangeli.it

**kMap Consulting**  
(pag.33) www.kmap.it

**Media Beats**  
(pag.68) www.mediabeats.it

**Anes - Associazione nazionale editoria di settore**  
(pag.11 e 67) www.anes.it

**Aida Partners**  
(pag.46) www.aidapartners.com

**Medici senza frontiere**  
(pag.76) www.medicisenzafrontiere.it

**One4**  
(pag.19) www.one4.eu

**il Viaggiator Goloso**  
(pag.52) www.ilviaggiatorgoloso.it

**Progetto Arca**  
(pag.85) www.progettoarca.org

**LA&P Legal and Tax Counsel**  
(pag.23) www.studiolap.it

**Avedisco**  
(pag.54) www.avedisco.it

**Wobi**  
(pag.28) www.wobi.com

**Adico**  
(pag.59) www.adico.it

**ABBONAMENTI**

V+ annuale digitale € 21,00  
Numero singolo digitale € 5,00  
Arretrati (digitale): € 5,00  
V+ biennale + 1 libro € 35,00  
V+ digitale 9 numeri € 28,00

**venderedipiu.staffabbonamenti.com**

**SERVIZIO CLIENTI**

Tel. 02/87250792

**Orario ufficio abbonamenti:** dalle ore 9:30 alle ore 12:30 e dalle 14:30 alle ore 17:30

Email: abbonamenti@staffonline.biz

**GESTIONE OPERATIVA**

Staff srl

Via G.B Bodoni, 24 - 20090 Buccinasco (MI)

**MODALITA' DI PAGAMENTO:**

esclusivamente online tramite carta di credito/paypal sul sito  
**http://venderedipiu.staffabbonamenti.com/**

**PER QUANTITÀ, PERSONALIZZAZIONI E ACCORDI AZIENDALI RIVOLGERSI A:**  
magazine@venderedipiu.it



# SOMMARIO

## 20



### MONDO V+

- 3 Editoriale *di Maria Bietolini*
- 6 L'angolo dei lettori
- 8 Peschiamo positivo! *di Edoardo Lombardi*

### VALORE PROFESSIONALE

- 14 L'esperienza (del cliente) insegnerà *di Edoardo Lombardi*
- 20 Al servizio della verità *di Alberto Aleo e Alice Alessandri*
- 24 La prima volta non si scorda mai *Help Scout*
- 30 Tra agenti e mandato, metti l'avvocato *di Fabio Azzolina*
- 34 Solo per gente tosta *di Stefano Ferranti*
- 36 Vola più in alto con gli altri *di George Kohlrieser*
- 38 La rete è mobile *di Valter Ribichesu*
- 40 Agente (poco) segreto #2 *a cura della redazione*
- 44 Quando il cliente ammette: "Non mi piace fare la spesa" *di Laura Piloni*

### VALORE PER COMUNICARE

- 48 Lezioni di business... alle terme *di Cosimo Melle*
- 50 Quel giorno che Amazon decise che ero una donna *di Marco Faccio*

### VALORE PERSONALE

- 56 Tempo: più ne hai, più lo sprechi *di Flavio Cabrini*
- 60 Tu sei (anche) quello che non hai fatto *di Valeria Tonella*
- 64 Puoi essere libero (se vuoi) *di Riccardo Germani*

### LIFESTYLE

- 70 Il punto vendita è punto a capo *di Maria Bietolini*
- 74 Piccoli clienti *di Marylou Pillitteri*

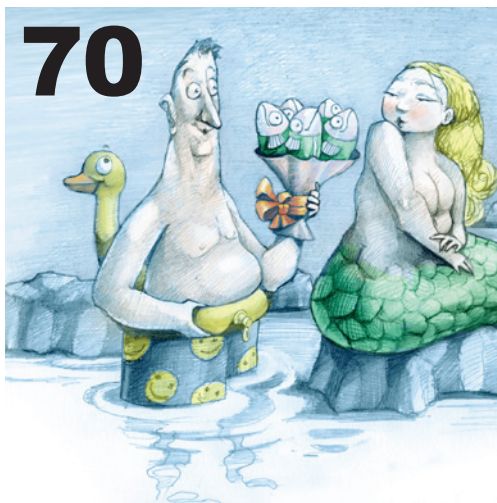
### RUBRICHE

- 78 Pillole
- 80 Tra gli scaffali
- 82 News
- 84 La sai l'ultima

## 56



## 70



# CARO



SCRIVI a [redazione@venderedipiu.it](mailto:redazione@venderedipiu.it)

V+ È NATA COME RIVISTA MA IN BREVE TEMPO È DIVENTATA UNA COMMUNITY: LETTORI, VENDITORI E APPASSIONATI DI VENDITA CHE CI SCRIVONO E DICONO LA LORO. IN QUESTO SPAZIO CONDIVIDIAMO PENSIERI, CONSIGLI E SALUTI, PRESI DAL WEB E NON SOLO

V+ magazine è anche su

**facebook**

Ci sono già 5.106 amici. Clicca "Mi piace" alla pagina V+ magazine

Scopri la nuova pagina aziendale di V+ magazine su

**LinkedIn**

Siamo in 1.234!

V+ è anche su

**Instagram**

@vpiumagazine

## L'ANGOLO DEGLI AGENTI

**Dal gruppo LinkedIn +Opportunità Agenti**

### A pesare di più sono le tasse

Oltre a pagare tasse e non dedurre, dobbiamo pagare, oltre all'Inps, anche a Enasarco, arrivato all'8%. Ci prendiamo in giro: tra 10 anni non esisterà più la categoria. **Emanuele**

Gli agenti hanno bisogno di una grande semplificazione della fiscalità. C'è necessità un regime fiscale più semplificato e meno oneroso! **Federico**

Semplificato e meno oneroso sarebbe giusto e sarebbe anche lo Shangri-La degli agenti, ma in Italia è un'utopia, irreali appunto come lo Shangri-la. **Giovanni**

Non se ne può più! Consideriamo che la "morte" commerciale delle aziende e dell'imprenditoria è dovuta principalmente al carico fiscale che è enorme e smisurato! Ho notizia di parecchi imprenditori che sono costretti a chiedere un prestito alla banca per poter pagare lo Stato. **Stefano**

### SCUSATECI, COMMESSE/I

Scusateci care commesse/i, Siamo quelle clienti normali... quelle che salutano, che chiedono scusa se devono chiedere informazioni, quelle clienti magari che cercano di rispettare il vostro lavoro. Siamo quelle che in fila, se una vi fa per-

dere tempo, non diamo la colpa a voi, ma vi diamo man forte, IO sono una mamma disperata, se faccio la spesa e i miei figli toccano tutto, cerco di evitare scenate in pubblico li porto via il prima possibile.

Scusateci a nome di tutti i clienti cafoni e maleducati che credono di avere sempre ragione, lasciando le buone maniere da parte solo per il fatto di essere lì a comprare.

Siete una delle figure lavorative più bistrattate, vi stimo tantissimo...

Una cliente qualsiasi, solo per dirvi grazie!!!

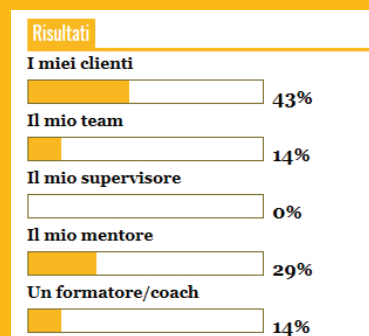
**(dal gruppo @Il cazzario del commesso)**

## L'ULTIMO SONDAGGIO

Vi abbiamo chiesto:

A quali relazioni professionali devi di più?

Ci avete risposto così:



A presto con i nuovi sondaggi su [venderedipiu.it](http://venderedipiu.it)

È per le persone così che amo il mio lavoro.  
**Linda**

Concordo con te, Linda! **Anna**

Bellissimo post. Chi lavora a contatto con la gente lo comprende maggiormente. **Lorena**

### **RICOMINCIARE DA CAPO (IN ETÀ MATURA)**

Io sono intimamente e fermamente favorevole a mettere nuove radici, “creare tradizioni” (tutte hanno avuto un inizio), stabilire nuovi rituali che siano un punto di partenza per nuovi equilibri. **Stella**

### **LA GENTILEZZA VINCE SEMPRE**

Ieri cenato in un ristorante cinese ma con personale anche italiano. Camerieri con delle facce da funerale (e pure vestiti di nero) che a malapena ti rivolgevano una occhiata (un sorriso è chiedere troppo). Atmosfera davvero lugubre. Si sa che gli orientali non sono particolarmente affabili, ma per noi latini e socievoli non è facile sentire di essere quasi un “fastidio”. **Chiara**



*I lettori, quelli fedeli @maurodoppiu*

### **TRATTATIVE, OBIEZIONI, CONCORRENZA: CONTINUIAMO A IMPARARE**

V+ ha partecipato all'evento sulla vendita B2B organizzato da Blackship con il coach Pasquale Acampora. Tanti i focus sulle tecniche e la gestione delle relazioni con i clienti. Il punto di partenza? Una domanda di Acampora ai partecipanti: “L'obiezione è davvero una rottura di maroni?” Se i clienti non volessero rompere i maroni, noi (voi) come venditori non saremmo (sareste) qui. Il cliente ci vuole perché il nostro e vostro lavoro è quello di risolvere problemi e scocciature.

Ma parleremo ancora di questa giornata e di questi concetti qui sul magazine e sui social: stay tuned!



LA MIGLIOR STRATEGIA PER FARE UN MILIONE DI CLIENTI? FARNE UNO ALLA VOLTA. (PASQUALE ACAMPORA)

V+ MAGAZINE

ANCHE SE NON PRENDI UN CLIENTE, STUPISCILO: TE NE PORTERÀ ALTRI. (PASQUALE ACAMPORA)

V+ MAGAZINE

SE CHIUDI IL 100 PERCENTO DELLE TRATTATIVE, STAI ANDANDO SUL SICURO. STAI ANDANDO PIANO. (PASQUALE ACAMPORA)

V+ MAGAZINE



# AGENTE (POCO) SEGRETO

CHE ALTRO C'È DA SAPERE

INDAGINE  
START UP ITALIA  
SULL'AGENTE  
DI COMMERCIO 2018  
(PARTE SECONDA)

A CURA DELLA REDAZIONE





**S**ul numero 52 di V+ abbiamo pubblicato la prima parte della ricerca svolta nel primo semestre 2018 da Start Up Italia: ha coinvolto 430 professionisti tra agenti di commercio, procuratori d'affari e venditori.

**La categoria degli agenti di commercio in Italia è molto numerosa, ma in fondo di loro si sa poco:** per tutti, sono quelli “sempre in giro”; per i mandanti, spesso sono professionisti “usa e getta”. Eppure nelle ricerche i professionisti della vendita sono molto presenti (anche se con proposte non sempre valorizzanti), e in tutte le analisi sui trend del futuro, la professione commerciale è, per la fondamentale componente relazionale, tra quelle sempre ritenute non sostituibili.

Allora perché si cerca sempre un nuovo mandato? Nella prima parte abbiamo raccontato le evidenze sui settori, canali, aree e sulle motivazioni che portano alla scelta della professione. È il momento di affrontare le criticità.

## QUALI SONO I PUNTI DOLENTI?

**Era prevedibile: per il 58,02% degli intervistati la principale criticità che impatta sul lavoro del professionista è l'eccessiva tassazione.**

Invece sorprendentemente (almeno per la nostra esperienza) impattano in misura minore due aspetti per cui ad esempio V+ riceve feedback anche diversi:

**1. la difficoltà nei pagamenti** incide solo per il 13,27% (mentre molte categorie professionali, anche affini, lamentano questo aspetto in misura maggiore, perfino al primo posto!);

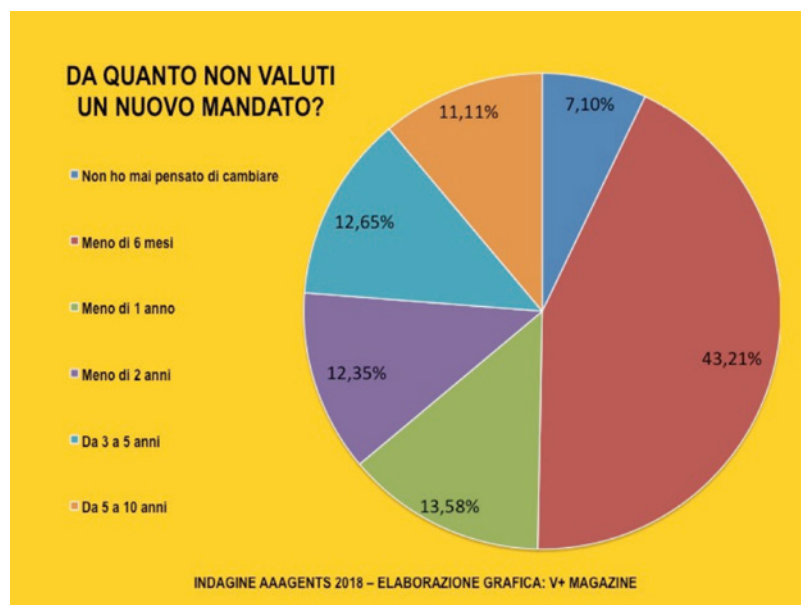
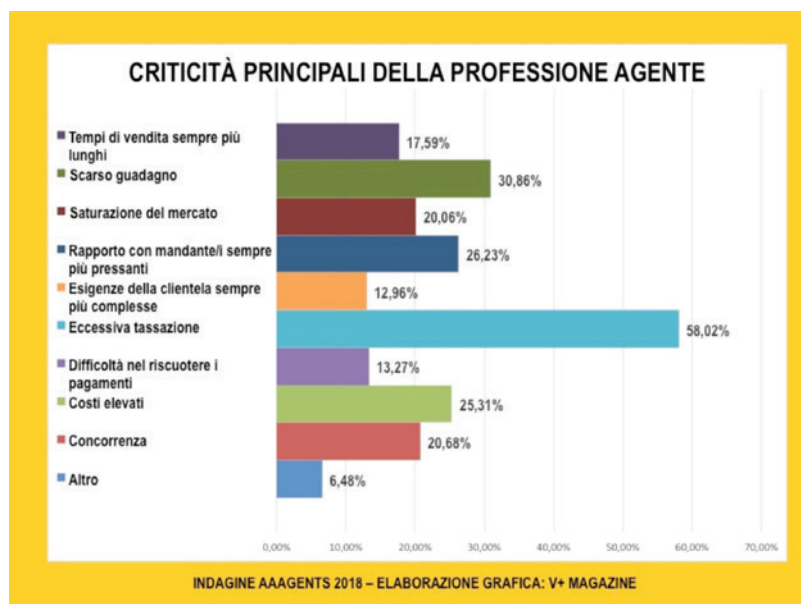
**2. le esigenze della clientela sempre più complesse**, punto dolentissimo per le imprese che su questi fronti stanno investendo capitali e perdendo battaglie, sono indicate come criticità solo da un esile 12,96%.

Di fatto questo secondo aspetto risulta all'ultimo posto, con otto punti di scarto rispetto al pericolo della concorrenza che oggi è non solo numerosa, ma anche di tipo nuovo (vedi il digitale). Per noi che lavoriamo tanto sui temi della Customer Experience, ricavandone la certezza di una già avvenuta “mutazione genetica” dei clienti, si tratta di un riscontro su cui meditare, perché sintomo di un possibile ritardo (se non distacco) dall'evoluzione dei mercati in corso.

## PARLIAMO DI SOLDI

Sono state prese in considerazione le principali voci di spesa della professione, attribuendo l'incidenza sul budget di spesa in parametri che vanno da 1 (non incide) a 10 (incide molto).

- Acquisto noleggio auto: è la voce principale, incide parecchio, dal 10% a picchi quasi del 20% (parametri 7, 8, 9 e 10). Anche il costo delle gomme è ritenuto molto rilevante pressoché da tutti.
- Assicurazioni (auto e personale): incidono fino al 15%.
- Attrezzature (telefono, pc...): arrivano fino al 16%, ma vengono indicate con incidenza media (fino al parametro 5), poi calano decisamente.



- Cancelleria e articoli ufficio: incidono pochissimo per la maggioranza degli intervistati.
- Telefonia e dati: valori sopra il 10% per ben sette parametri, quindi costi impattanti per tutti.
- Locazione ufficio: incide a livello 1, quindi poco – o su pochi. Per la categoria agenti è ben più rilevante l'auto!
- Pernottamenti e pasti: voce significativa in generale, ma con parametri a calare, indice che si tratti di una tipologia di spesa o rimborsabile o... inevitabile.

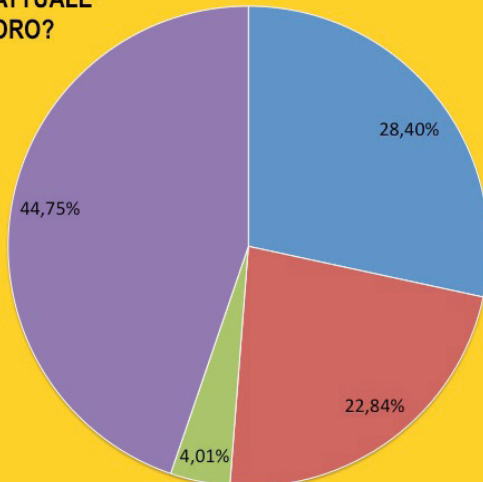
Dai risultati incidono in modo marginale sul budget di spesa la cancelleria e la locazione per gli uffici. Risultano voci molto importanti il noleggio auto e le gomme.

## SERVIREBBE UNA MANO PER...

Agevolazioni per cancelleria e ufficio e aiuto nel recupero crediti vengono indicati con incisività 1: quindi decisamente poco importanti (bene, viene da dire). Schizza invece l'interesse per possibili agevolazioni assicurative, con indici alti dal parametro 4 al 10. Valori in crescita anche per con-

**QUAL È IL TUO STATO ATTUALE DI RICERCA DI LAVORO?**

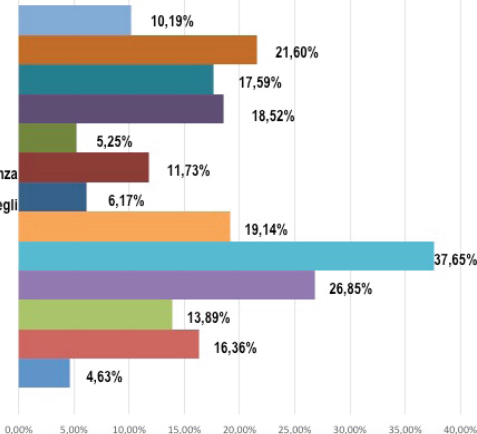
- Cerco attivamente un lavoro e rispondo alle offerte
- Guardo saltuariamente le offerte di lavoro per saggiare la situazione
- Non cerco un nuovo lavoro e non mi interessano nuove opportunità
- Non cerco un nuovo lavoro ma sono disponibile a considerare l'offerta giusta



INDAGINE AAAGENTS 2018 – ELABORAZIONE GRAFICA: V+ MAGAZINE

**OPPORTUNITÀ DI MANDATO: COSA FRENA GLI AGENTI?**

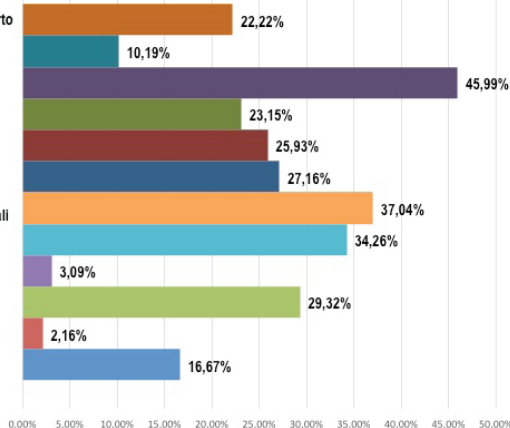
- Supporto del back office
- Prospettive di crescita professionale
- Prodotti/Servizi adeguati rispetto alle richieste del mercato
- Portafoglio clienti assegnato
- Nessuno
- Monomandato/Patto di non concorrenza
- Maggiore concorrenza/saturazione degli altri mercati
- Leadership/Solidità della attuale struttura
- Esperienza consolidata nel settore
- Compensi economici attuali
- Benefit (auto aziendale, supporti informatici, etc.)
- Ambiente di lavoro
- Altro



INDAGINE AAAGENTS 2018 – ELABORAZIONE GRAFICA: V+ MAGAZINE

**OPPORTUNITÀ DI MANDATO: COSA VALUTANO GLI AGENTI?**

- Valore del prodotto/servizio offerto
- Supporto del Back Office
- Serietà e trasparenza della mandante
- Riconoscibilità del brand
- Prospettive di crescita professionale
- Prospettive del mercato
- Presenza di fisso/benefit aziendali
- Piano provvigionale
- Comodità negli spostamenti tra casa e lavoro
- Area di competenza esclusiva
- Altro
- Affiancamento e formazione



INDAGINE AAAGENTS 2018 – ELABORAZIONE GRAFICA: V+ MAGAZINE

venzioni d'acquisto di beni e servizi (auto, gomme, telefono, iPad...) e contratti di telefonia/dati a condizioni agevolate. **Picchi di incidenza 10 per l'aiuto nella ricerca di nuovi mandati affidabili e per il back office per la presa di appuntamenti.**

Vista la scarsa incisività del recupero crediti, l'alto interesse per possibili supporti legali-sindacali sembrerebbe legato alle questioni contrattuali e di mandati.

Parametri superiori al 5 vengono infine indicati per le voci riguardanti l'informazione sulle news di settore e per la formazione commerciale/professionale (n.d.r. *iniziate ad abbonare il vostro team a V+!*)

**... E PER FINIRE: I MANDATI!**

Per quanto riguarda il mandato, possiamo dire che sono come l'amore: raramente è "per sempre". Sono ben il 43,21% i professionisti che non hanno valutato un mandato da meno di 6 mesi. Solo l'11,11% ha dichiarato di non valutare un nuovo mandato in un periodo che va tra 5 e 10 anni, e i "monogami assoluti" che non hanno mai pensato di cambiare sono una sparuta 7,10%. Ci si guarda in giro sempre, insomma, anche se non sempre si è di fatto in ricerca attiva di un nuovo lavoro: a dichiararsi "in caccia" è il 28,40% degli intervistati, mentre il 44,75% dichiara di essere disponibile a considerare la giusta offerta di lavoro. Solo il 4,01% dichiara di non cercare un nuovo lavoro e non è interessato a valutare nuove opportunità.

**Ma tra il dire e il fare c'è di mezzo il cambiare: arrivati al dunque, quali aspetti ci frenano e quali ci stimolano?**

L'esperienza consolidata in un dato settore risulta essere per il 37,65% degli intervistati un aspetto che trattiene dal valutare nuovi mandati, mentre la maggiore concorrenza/saturazione degli altri mercati incide in misura minore.

Tra i fattori più importanti nella valutazione di un nuovo mandato, per il 46% dei professionisti ci sono la serietà e trasparenza della mandante, e solo a seguire la presenza di fissi o benefit, il piano provvigionale e l'area di competenza esclusiva. Il valore del brand e del prodotto risultano meno determinanti, così come l'affiancamento e la formazione, valori indicati come risolutivi dal 16,67% degli agenti intervistati: questo è un dato che ci ha colpito, visto che come V+ non solo riteniamo la competenza, il miglioramento continuo e le soft skill il vantaggio competitivo della professione commerciale, oggi e in futuro; ma anche perché abbiamo evidenza sia della richiesta che dell'offerta di formazione da parte delle aziende, sia pur con investimenti e metodi diversi. **Mettere la propria crescita tra gli ultimi punti da considerare può essere comprensibile a fine carriera, non certo nel pieno o agli inizi: pensiamoci, pensateci!**

Dall'esperienza di +Opportunità Agenti, il gruppo LinkedIn degli agenti di commercio, e di Start Up Italia nasce AAAGents, una "social network app" che offre informazioni, strumenti pratici, vantaggi, valutazioni. L'indagine presentata qui col supporto di V+ è stata propedeutica alla messa a punto di questo innovativo servizio.

# V+

## DI QUALE VALORE AVETE BISOGNO, OGGI?



### PIÙ POTERE AI CONTENUTI

V+ è Content Provider: cioè può fornire testi e idee per il vostro business, i vostri canali, i social... Con il valore che da sempre distingue V+.

### DOPPIA FORZA IN COMUNICAZIONE

Spazi: V+ è un media dal target preciso, attivo, senza dispersioni. Servizi: il team vanta comunicatori di valore, per fornire progetti adv e btl.

### IL DONO DELLA FLESSIBILITÀ

V+ può diventare “vostro” grazie a personalizzazioni, supplementi, piani editoriali. O anche dare vita a progetti ad hoc.

**Per progetti editoriali e di comunicazione: [magazine@venderedipiù.it](mailto:magazine@venderedipiù.it)**

**V+. DÀ PIÙ VALORE ANCHE ALLE AZIENDE E ALLE LORO STRATEGIE.**



# LA TUA FIRMA MI CAMBIA LA VITA.



PIÙ DI 4 MILIONI DI ITALIANI SONO POVERI,  
**AIUTALI CON IL TUO 5X1000.**

Da 24 anni ci prendiamo cura di persone senza casa e famiglie in difficoltà.  
INSIEME POSSIAMO FARE SEMPRE DI PIÙ, AIUTANDOLE A RIALZARSI  
E ACCOMPAGNANDOLE VERSO UN NUOVO PROGETTO DI VITA.

*Marco Rossi*

1 | 1 | 1 | 8 | 3 | 5 | 7 | 0 | 1 | 5 | 6

Nella tua dichiarazione dei redditi firma nell'area "SOSTEGNO DEL VOLONTARIATO"  
e inserisci il nostro codice fiscale. Grazie.



**PROGETTO ARCA**<sup>onlus</sup>  
IL PRIMO AIUTO, SEMPRE

[5x1000.progettoarca.org](http://5x1000.progettoarca.org)

# V+

## UN ANNO DI V+ A SOLI 21 euro

### Perché voi supervalete



Essere un commerciale non è mai stato semplice: ma oggi alla forza vendita vengono richiesti superpoteri. Non basta imparare sul campo, non basta studiare il prodotto, non basta “crederci”. Devi avere le basi, devi sapere “come”. E se sei già bravo devi sapere come crescere e creare la tua squadra (o la tua azienda) di supereroi.

Vai su [venderedipiu.it](http://venderedipiu.it), abbonati e abbona il tuo team. Un anno/numeri a soli 21 eurini!  
V+ dà più forza alla forza vendita.

**V+. IL MAGAZINE CHE DÀ PIÙ VALORE AI PROFESSIONISTI SALES & BUSINESS**