

Premi di produzione, di fedeltà o semplicemente un modo per promuoversi e farsi ricordare, i gadget aziendali continuano a essere molto graditi. E non solo a Natale. «Noi - afferma Piero Massara, titolare del marchio **Mass Diffusione** - ne vendiamo in qualunque periodo dell'anno, con punte massime in autunno». Il settore, quindi, a detta di chi vi opera come franchisor, gode di buona salute. E le 4 mila imprese dedite alla produzione e alla vendita di gadget continuano a fare affari.

La Mass Diffusione, attiva da oltre 10 anni sul mercato, è una di queste. Propone un'opportunità di affiliazione a chi, con qualche anno di esperienza alle spalle, desidera dedicarsi a un'attività autonoma come venditore porta-porta, presso aziende di qualunque dimensione.

L'investimento necessario per dedicarsi a questa attività è minimo e gli strumenti di cui occorre disporre per la vendita vengono forniti direttamente dall'azienda, che si distingue dalle altre per l'originalità e la va-

rietà dei prodotti che realizza o importa dall'estero esclusivamente per i propri affiliati.

■ Punti di forza

- Rischi molto bassi, considerato soprattutto il limitato investimento di avvio.
- Buone opportunità di guadagno: il costo della merce incide sul fatturato del 20%-30%.
- Il franchisor fornisce un elenco dei primi clienti da contattare, a cui indirizza un'azione di mailing preventiva.
- I clienti tendono a rimanere fedeli al proprio fornitore. Il *turn-over* si limita, infatti, al 10% annuo circa.

■ Punti critici

- Difficilmente l'attività si può improvvisare. Per condurla con successo, occorre avere alle spalle almeno un paio di anni di pratica come venditori.
- L'esistenza di concorrenti agguerriti e spesso raccogliatici rende più arduo far cogliere

ai clienti la differenza qualitativa dei propri prodotti.

■ Investimento di avvio

Per affiliarsi alla Mass Diffusione, ci vuole 1 milione 500 mila lire: basta per avere il catalogo, frequentare un corso di formazione sulle tecniche di vendita (3 giorni in aula e 7 direttamente sul campo, in affiancamento) e il materiale pubblicitario di base.

■ Difficoltà iniziali

Una lenta penetrazione nel mercato: non è facile riuscire a trovare i primi 100 clienti.

■ Come promuoversi

Contattando personalmente i potenziali clienti, mostrando loro il catalogo e basandosi sulla propria abilità di vendita.

■ A chi rivolgersi per affiliarsi

Mass Diffusione Srl - via Santuario D'Orapa, 102 - 13060 Biella - tel. 015-572349.

Vendita diretta di prodotti per la depurazione dell'acqua

■ L'idea

Liscia, gassata... e quasi esclusivamente confezionata. In genere ci fidiamo poco della qualità dell'acqua fornita dai nostri acquedotti. Ecco perché siamo fra i maggiori consumatori mondiali di bottiglie, che acquistiamo nei supermercati o nei piccoli punti vendita, con una spesa e una "schiavitù", dovuta soprattutto al trasporto. La **International water machines** di Milano, società in franchising attiva dal 1989, si propone di risolvere questi inconvenienti e si rivolge a un mercato costituito dai 20 milioni di famiglie italiane. «Forniamo impianti per il trattamento e la pulizia dell'acqua domestica - spiega Italo Labate, responsabile commerciale della Iwm - e offriamo, a chiunque lo desideri, l'opportunità di crearsi un'occasione di lavoro autonomo, dedicandosi alla vendita diretta di questi prodotti». Per chi si affilia, i vantaggi consistono essenzialmente nel vendere prodotti testati sul mercato e nel gestire una struttura snella, che non comporta investimenti di avvio né costi di conduzione

elevati. Per chi, invece, acquista gli impianti e i prodotti per la depurazione, il vantaggio consiste nel fare, grazie ai consigli di un esperto venditore che si reca direttamente a domicilio, un investimento a lungo termine, in grado di contrarre una delle voci in uscita che compare all'interno del bilancio familiare.

■ Punti di forza

- Il mercato offre ancora molto spazio a chi desidera entrare nel settore.
- I prodotti incontrano il favore dei clienti, soprattutto in virtù del risparmio di tempo e di denaro (almeno 250 mila lire l'anno per persona).
- L'attività si può svolgere anche da soli, consente una agevole organizzazione e lascia molto spazio alla libera iniziativa di chi la avvia.
- L'iniziativa si svolge soprattutto a domicilio dei clienti, previo appuntamento. Non occorre, quindi, disporre di una struttura apposita: le azioni di telemarketing si possono fare utilizzando tranquillamente con l'apparecchio di casa.

- I margini di guadagno si aggirano sul 50% del fatturato.

■ Punti critici

- L'attività è proficua se può contare su un bacino di utenza di almeno 200 mila clienti.
- Affinché l'attività produca buoni utili, soprattutto nelle fasi successive all'avvio, occorre essere dei validi venditori, con capacità organizzative, una motivazione e soprattutto una tenacia non indifferenti.

■ Investimento di avvio

Per affiliarsi alla Iwm ci vogliono 20 milioni. In cambio la Iwm offre un corso di formazione della durata di una settimana, la prima fornitura di merce, i propri biglietti da visita, l'opportunità di utilizzare il proprio marchio e tutto il materiale necessario per condurre le vendite.

■ Difficoltà iniziali

Quando non si è ancora esperti venditori e si è appena intrapresa questa iniziativa, può non essere facile riusci-



re a recuperare in poco tempo gli investimenti iniziali.

■ Come promuoversi

Presentandosi personalmente ai potenziali clienti dopo essersi annunciati con una telefonata.

■ A chi rivolgersi per affiliarsi

Iwm (International water machines Sas) - viale Romagna, 35 - 20092 Cinisello Balsamo (MI) - tel. 02-6125405.