

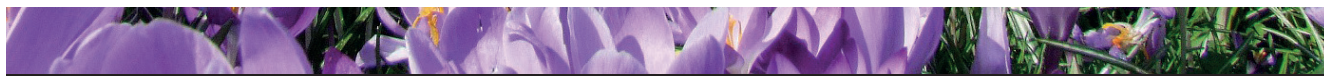


INCONTRI

PERIODICO DI INFORMAZIONE AVEDISCO

ANNO XVIII - NUMERO 1 - GENNAIO - FEBBRAIO 2022

SPECIALE FORUM DELLA VENDITA DIRETTA – EDIZIONE 2022



Incontri



Incontri

INFORMAZIONI

ANNO XVIII - NUMERO 1
GENNAIO - FEBBRAIO 2022

Registrazione del tribunale di Milano
n° 100/05 del 14 Febbraio 2005

AVEDISCO

Viale Andrea Doria, 8
20124 Milano
Tel. 02.6702744 - Fax 02.67385690

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Ornella Moscatelli
ornella.moscatelli@avedisco.it

UFFICIO STAMPA

Say What?



SOMMARIO

4

IN PRIMO PIANO

AVEDISCO, AMPLIA LA COMPAGINE ASSOCIATIVA
CON UN NUOVO SOCIO EFFETTIVO: SYNERGYO2

5

EDITORIALE

GIOVANNI PAOLINO - PRESIDENTE AVEDISCO

6

APPUNTI AVEDISCO

EISMANN – GIOEL – NWG ITALIA - PEF

10

EVENTI

SPECIALE FORUM DELLA VENDITA DIRETTA – EDIZIONE 2022

14

EXTRA

CONFERENZA EUROPEA DELLA VENDITA DIRETTA
BRUXELLES 10 E 11 MAGGIO 2022

15

INTERVISTA VINCENZO RUSSO

PROFESSORE ASSOCIATO DI PSICOLOGIA DEI CONSUMI
E NEUROMARKETING E COORDINATORE
DEL CENTRO DI RICERCA DI NEUROMARKETING PRESSO
L'UNIVERSITÀ IULM DI MILANO

16

EDICOLA



IN PRIMO PIANO

SYNERGY O₂
Sistema di Ossigenazione Cellulare Personalizzata

AVEDISCO, AMPLIA LA COMPAGINE ASSOCIATIVA CON UN NUOVO SOCIO EFFETTIVO: SYNERGYO2

AVEDISCO annuncia che dal 23 febbraio 2022, l'Azienda SYNERGYO2 dopo i 6 mesi passati da Candidato Socio, in cui è stata valutata l'effettiva correttezza delle sue pratiche commerciali, è diventata ufficialmente Socio Effettivo.

SYNERGYO2, dal 2007 ha creato un sistema di ossigenazione cellulare personalizzato, con l'obiettivo di fornire alle cellule l'ossigeno di cui necessitano, per contrastare l'ipossia e lo stress ossidativo. Dalla prima somministrazione il corpo inizia il processo di disintossicazione, nutrizione e rigenerazione, ottenendo un miglior equilibrio e ottimizzando i livelli di energia. I prodotti dell'Azienda SynergyO2 aiutano inoltre, a mantenere la pelle luminosa, fresca e pulita.

Aderendo ad AVEDISCO, SYNERGYO2, ha accettato di accogliere come propri i valori e il Codice Etico dell'Associazione, la quale, adottando gli usuali criteri di valutazione che la contraddistinguono, continuerà a mettere a disposizione dell'Azienda servizi e consulenza.





GIOVANNI PAOLINO - PRESIDENTE AVEDISCO

EDITORIALE

Per noi tradizione, innovazione e progresso sono concetti chiave, così come la costante interazione tra fisico e digitale. L'intensa connessione tra i due mondi ha portato alla nascita di una crasi tra "physical" e "digital", dando vita al termine: Phygital. E proprio su questo tema abbiamo discusso nel Forum della Vendita Diretta, dal titolo: "Social Media e Social Selling: l'evoluzione phygital della Vendita Diretta" che ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il nostro settore, con l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione con i Clienti al tempo dei social.

Valori emozioni e umanità sono il centro di un nuovo modello di business dove la dimensione digitale è sempre più interconnessa all'esperienza fisica. L'obiettivo dei nostri Incaricati è quello di fornire esperienze interattive uniche, creando un ecosistema integrato nel quale le due dimensioni possano convivere, ricordando di soddisfare le esigenze dei nostri Clienti. Fondamentali rimangono sempre i rapporti umani, l'empatia, l'ascolto e la trasparenza, con consulenza personalizzata e prodotti di alta qualità pensati per soddisfare il Cliente e accompagnarlo durante tutto il percorso di acquisto.

Quello passato è stato un anno di transizione, dall'emergenza a una nuova normalità. In qualche modo ci si è abituati alla pandemia e, professionalmente parlando, si è trovato il modo di convivere e di adattarsi. Con criterio e organizzazione, oggi, dobbiamo portare nella nostra nuova normalità quanto abbiamo imparato in questo periodo di cambiamenti, con l'obiettivo di spogliarci delle improvvisazioni e perfezionare quanto attivato sull'onda dell'emergenza.





APPUNTI AVEDISCO

EISMANN

COLLABORAZIONE A SUPPORTO DEI CENTRI GIOVANILI DI DON MAZZI

eismann

Un altro successo nel grande progetto di solidarietà della nostra Associata Eismann. La raccolta fondi appena conclusa a supporto dei Centri Giovanili di Don Antonio Mazzi ha permesso di raccogliere oltre 100.000 euro, grazie all'entusiasmo degli Incaricati alla Vendita, dei Clienti e grazie al bellissimo e colorato calendario 2022 realizzato in collaborazione con RTL 102.5.



Grazie



GIOEL

APPUNTI AVEDISCO

MIGLIORA LA QUALITÀ DELLA VITA SCOLASTICA

L'Istituto Comprensivo Giuseppe Catalfamo di Messina ha scelto lo speciale sistema di purificazione dell'aria dell'Associata Gioel per il benessere psicofisico di tutti i suoi studenti, gli insegnanti e il resto del personale. Una scelta ecologica di responsabilità al fine di tutelare la loro salute all'interno degli ambienti scolastici, i quali saranno trattati senza l'utilizzo di sostanze chimiche con lo speciale sistema certificato e brevettato di igienizzazione Gioel. Migliorando la qualità della vita scolastica, restare in classe per lungo tempo grazie a Gioel sarà più facile!





NWG ITALIA

CON AMREF DAL 2004



Acqua, solidarietà e pianeta: tre i pilastri della collaborazione tra l'Associata NWG Italia Società Benefit e Amref Health Africa Onlus, la più grande organizzazione sanitaria africana che opera per la salute del continente: 135 i programmi attivi in oltre 35 Paesi in Africa, 12 milioni le persone raggiunte ogni anno.

Da sempre sensibile ai temi della solidarietà, sin dalla sua fondazione nel 2004 NWG Italia inizia la collaborazione con Amref. Una scelta importante e perseguita con costanza e determinazione che in 18 anni ha portato alla realizzazione di 102 pozzi per l'approvvigionamento di acqua potabile e a salvare oltre 50.000 vite. Altri 40 pozzi sono già stati cantierizzati e saranno consegnati entro il 2022.

La modalità con la quale vengono finanziati i nuovi pozzi determina di fatto anche un'azione di sensibilizzazione ai temi della solidarietà e dell'ambiente: ognuno di questi è infatti intitolato ai collaboratori di NWG Italia più meritevoli e al raggiungimento degli obiettivi. L'Azienda così premia i migliori Incaricati in base alle loro prestazioni di vendita donando un pozzo a loro nome. Ogni pozzo ha quindi un nome e un cognome.

Tutti i progetti della rete di imprese NWG New World in Green sono documentati sul sito dedicato.

Per maggiori informazioni e approfondimenti:

www.nwgnewworldingreen.it

www.amref.it





PEF

MEETING NAZIONALE

APPUNTI AVEDISCO

Si è svolto Giovedì 20 gennaio, presso l'Auditorium di Carisolo (Trento), il meeting nazionale PEF, la nostra Azienda Associata che conta più di duemila Incaricati alla Vendita e 50.000 Clienti, attiva da oltre 25 anni nel Network Marketing.

L'evento, che ha visto l'alternarsi sul palco di numerosi ospiti e partner commerciali legati a PEF, ha avuto come scopo quello di condividere i risultati del 2021 e stabilire i prossimi obiettivi per il 2022.

Tra le numerose novità introdotte spiccano le Comunità Energetiche, le strategie per azzerare le bollette dei Clienti e l'emissione del primo Green Bond.

Un incontro che conferma ancora una volta l'impegno di PEF nel trovare strade per aiutare famiglie e Aziende attraverso il risparmio, l'efficiamento energetico e la salvaguardia dell'ambiente.





EVENTI

10° FORUM DELLA VENDITA DIRETTA

Social Media e Social Selling:
l'evoluzione phigital
della Vendita Diretta

SPECIALE FORUM DELLA VENDITA DIRETTA – EDIZIONE 2022

Lo scorso 22 febbraio, nella prestigiosa cornice del Palazzo dell'Informazione di Roma sede di Adnkronos, si è tenuta la 10ª edizione del Forum della Vendita Diretta 2022, dal titolo:

“Social Media e Social Selling: l'evoluzione phigital della Vendita Diretta”,

un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della Vendita Diretta.

L'evento è stato trasmesso in streaming sul portale Adnkronos e, in contemporanea, sulla nostra pagina Facebook. Presenti Giovanni Paolino e Giuliano Sciortino, rispettivamente Presidente e Segretario Generale AVEDISCO, con Federico Luperi moderatore dell'intero talk e Direttore Innovazione, New Media e Responsabile Digital PR di Adnkronos.





"Il 2021 è stato un anno di transizione, dall'emergenza a una nuova normalità. In qualche modo ci si è abituati alla pandemia e, professionalmente parlando, si è trovato il modo di convivere e di adattarsi. Molti dei nostri Incaricati alla Vendita sono ricorsi a strumenti e comportamenti digitali per mantenere vivo il rapporto con i clienti e i collaboratori. Credo si possa pensare a una fase di nuova formazione su strumenti e comportamenti, sia per le Aziende che

per ogni singolo individuo. Oggi, con criterio e organizzazione, dobbiamo portare nella nostra nuova normalità quanto abbiamo imparato in questi lunghi mesi, con l'obiettivo di spogliarci delle improvvisazioni e perfezionare quanto attivato sull'onda dell'emergenza." Afferma **Giovanni Paolino, Presidente AVEDISCO.**



"Per il settore della Vendita Diretta il 2021 si è chiuso in positivo e lo attestano anche i dati dell'anno 2021, che registrano un fatturato di oltre 705,6 milioni di euro per una crescita del + 2,3% rispetto al 2020. Risultati positivi anche per quanto riguarda il fronte occupazionale, infatti nel 2021 la forza vendita è cresciuta del + 18,5% rispetto allo scorso anno, che porta il numero totale degli Incaricati ad oltre 403.900. In particolare, quest'ultimo dato è importante poiché dimostra che

si tratta di un'attività viva, a cui si avvicinano molte persone. È alta la percentuale di donne che conta il settore, perché è un'attività molto flessibile e un'opportunità lavorativa trasversale aperta a chiunque, senza barriere d'ingresso, e questo è uno dei punti di forza della Vendita Diretta, perché possiamo offrire opportunità concrete con delle Aziende che sono sul territorio italiano da anni e che sviluppano il proprio Business in maniera etica." Racconta **Giuliano Sciortino, Segretario Generale AVEDISCO.**



Tra gli illustri ospiti **Vincenzo Russo, Professore Associato di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing e Coordinatore del centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università IULM di Milano**, ha catturato l'attenzione di tutti gli spettatori con un contributo interessante e formativo sul processo di acquisto del Cliente: "Distinguere la Vendita emozionale da quella razionale credo sia molto sbagliato, nel senso che qualsiasi Vendita è emozionale. E oggi, grazie ad una maggiore conoscenza del cervello, sappiamo scientificamente che quest'ultimo risponde prima emotivamente e

poi tende a razionalizzare per giustificare e confermare o meno quello che le emozioni hanno già definito. Le neuroscienze ci hanno fatto il regalo di poter capire come siamo fatti e perché alcune tecniche di vendita funzionano meglio di altre. La differenza rispetto al passato è che, riuscendo ad avere una migliore conoscenza, rivalutiamo ancora di più la potenza emozionale e, quindi, l'effetto che io come venditore faccio emotivamente quando parlo, quando mi presento, quando mi vesto in un determinato modo."



A seguire, **Emanuele Stivala e Fabio Tocco, Founder della Community "Che Fatica la Vita da Bomber", Imprenditori esperti di digital e marketing, e volti noti della trasmissione televisiva "La Domenica Sportiva"**, secondo i quali il digitale è un mezzo da

affiancare all'attività di Vendita, un canale in più e un'opportunità di crescita per gli Incaricati. "La prima regola da seguire quando si inizia a lavorare sul social marketing, la prima domanda a cui bisogna rispondere è che cosa si aspetta l'utente dall'altra parte. La cosa fondamentale è immedesimarsi. Importante è individuare il target con cui si vuole comunicare perché molte volte si tende a fare l'errore banale di rivolgersi al pubblico a caso senza fare nessun tipo di strategia, capire la tipologia di linguaggio da usare, la velocità di pensiero perché il social non permette di essere monotono e lungo. L'attenzione è limitata, una storia Instagram dura 15 secondi e questa è la durata di attenzione che si ha sui social. Per questo con una frase bisogna essere chiari nel messaggio."



Il panel degli ospiti si conclude con il collegamento dell'**Onorevole Antonio Palmieri, Membro della Commissione Cultura, Scienza e Istruzione della Camera dei Deputati**, che ha portato il suo prezioso contributo istituzionale per dare risposte concrete sulla Vendita Diretta: "L'esempio di un settore che poteva essere messo in ginocchio dalle restrizioni imposte dalla pandemia e invece ha saputo affiancare con successo il

digitale al fisico è importante per tutto il Paese. Si tratta ora di approfondire le modalità migliori per continuare a usare il phigital in modo proficuo per Clienti e per le Imprese e i professionisti del settore. Avete iniziato un percorso dal quale non si può tornare indietro, ma solo andare avanti."

Grazie di cuore a tutte le persone che seppur virtualmente, sono state con noi.

Un ringraziamento particolare infine va alle nostre Aziende Associate, alle Aziende Sponsor dell'iniziativa e agli Incaricati che con il loro supporto hanno permesso la realizzazione e il successo di questo importante evento.

I NUMERI DEL SUCCESSO

Dalla Piattaforma + Pagina FB + Canale YouTube di Adnkronos

- **Utenti Totali che hanno seguito la diretta: 9.233 (l'anno scorso sono stati 6.554).**

Dalla Pagina FB di AVEDISCO

- **Utenti Totali che hanno seguito la diretta: 323 (l'anno scorso sono stati 201).**





EXTRA

CONFERENZA EUROPEA DELLA VENDITA DIRETTA

BRUXELLES 10 E 11 MAGGIO 2022

Il prossimo 10 e 11 maggio, si terrà a Bruxelles, presso lo Steigenberger Wiltcher's Grand Hotel l' 8ª edizione della Conferenza Europea della Vendita Diretta, l'evento organizzato da Seldia è diventato un vero must per il nostro settore.

La Conferenza è aperta a tutti i professionisti della Vendita Diretta, Associazioni, Aziende e fornitori di servizi. L'evento sarà completamente ibrido e si terrà sulla piattaforma CVENT. Dopo un così lungo periodo che non ci si incontra, la presenza di persona è fortemente incoraggiata!

L'incontro sarà ovviamente organizzato in conformità con le linee guida sanitarie del governo belga in vigore nel prossimo mese di maggio.

Ecco il link al sito con tutte le informazioni utili e dove poter finalizzare la registrazione:

<https://www.directsellingconference.eu/>

SSTH EUROPEAN
DIRECT SELLING
CONFERENCE

Infinite Evolution

Join the landmark event for Direct Selling Professionals in Europe. Be inspired by our panelists, exchange with peers, discover our events partners and learn.

**10 & 11 MAY
2022**

REGISTER NOW

BECOME A PARTNER

VINCENZO RUSSO – PROFESSORE ASSOCIATO DI PSICOLOGIA
DEI CONSUMI E NEUROMARKETING E COORDINATORE DEL CENTRO
DI RICERCA DI NEUROMARKETING PRESSO L'UNIVERSITÀ IULM DI MILANO



INTERVISTA

Professor Russo che cosa è la neuroscienza e come le sue tecniche possono aiutare oggi la Vendita?

La neuroscienza è una materia studiata a livello mondiale, che indaga i processi mentali che portano l'individuo a fare una scelta, o prendere una decisione. Quindi, la neuroscienza applicata nella Vendita ci fornisce i motivi per cui un utente sceglie un prodotto, anziché un altro e quali sono gli stati mentali ed emotivi che favoriscono l'acquisto.

Le tecniche neuroscientifiche permettono di analizzare le dinamiche emozionali, sono focalizzate sull'interpretazione della realtà basata su schemi cognitivi ed emozioni sperimentate e possono essere applicate a tutti gli scambi comunicativi. Questo porta le Imprese a ripensare al ruolo delle Vendite. Se in passato era diffusa una logica che vedeva le figure commerciali nei contesti industriali come razionali, nel tempo i fattori emozionali hanno assunto un peso nell'efficacia della Vendita, necessitando di una maggiore comprensione e gestione. Gli Incaricati alla Vendita vengono quindi osservati in quanto persone con umori ed emozioni che si riversano sui soggetti con cui entrano in contatto, a cui si aggiungono ulteriori fattori che incidono sui processi emotivi e decisionali. Oggi, grazie alla conoscenza del cervello, sappiamo che la prima parte che si attiva di fronte a qualsiasi stimolazione è la parte emozionale, che ha a che fare con il sistema limbico. Il nostro cervello risponde prima emotivamente alle stimolazioni e poi tende a razionalizzare. Ovviamente, la razionalità entra in gioco, ma per giustificare e confermare o meno quello che le emozioni hanno già definito.

Quali sono i motivi che spingono il Cliente a scegliere e comprare un prodotto?

I motivi che spingono a comprare un prodotto, da un punto di vista psicologico, sono davvero tanti. L'atto di consumo, come disse uno dei più grandi sociologi dei consumi, Giampaolo Fabris, è un atto politico, in cui la dimensione relazionale con il prodotto, con il brand e con l'Azienda diventa poi l'evento fondamentale.

È un atto politico e di valutazione, razionale, ma gioca anche molto l'emotività. Il rapporto scelta-brand è importante. Compro una cosa che mi piace e che mi permette di ottenere quello che non ho, di entrare in un mondo che non mi appartiene, di far parte di una tribù che non mi appartiene.

Ci può anticipare di cosa tratterà il suo nuovo libro "Neuroselling"?

In Neuroselling, libro edito da Hoepli, si mettono insieme tutte le recenti conoscenze sul cervello, che permettono anche di capire come raffinare meglio le tecniche di Vendita attraverso l'integrazione di modelli di analisi sia, secondo le note teorie tradizionali sia, con le nuove competenze sviluppate dalle neuroscienze. Oggi siamo di fronte a un cambiamento paradigmatico, le neuroscienze ci hanno fatto il regalo di poter capire meglio come siamo fatti e, quindi, di capire in modo più approfondito perché alcune tecniche funzionano meglio di altre. Rispetto al passato, riuscendo ad avere una migliore conoscenza, rivalutiamo ancora di più la potenza emozionale e l'effetto che il Venditore fa emotivamente quando parla, quando si presenta, quando si veste in un determinato modo. Oggi riusciamo a scandagliare le stimolazioni guardando soprattutto la parte più emozionale, l'area primaria del nostro cervello che si attiva molte volte inconsapevolmente e in maniera istintiva.





EDICOLA

IL FOGLIO

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Roma, 22 feb. (Adnkronos/Labitalia) - La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alla vendita, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale.

E' quanto emerso oggi nel corso del 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della vendita diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi promuovono, infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social.

L'evento ha visto i padroni di casa, Giovanni Proino, presidente Avedisco, e Giuliano Sciorino, segretario generale, dialogare con illustri ospiti come: il deputato Antonio Palmieri, membro della commissione Cultura, scienza e istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore associato di Psicologia dei consumi e neuromarketing e coordinatore del centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università Iulm di Milano, Emanuele Stivala e Fabio Tocco, imprenditori, founder della community 'Che fatica la vita da bomber' e ospiti fissi della domenica sportiva; mentre a moderare l'evento è stato Federico Lupieri, direttore Innovazione e New Media e responsabile Digital PR di Adnkronos.

IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Roma, 22 feb. (Adnkronos/Labitalia) - La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alla vendita, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale.

E' quanto emerso oggi nel corso del 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della vendita diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi promuovono, infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social.

L'evento ha visto i padroni di casa, Giovanni Proino, presidente Avedisco, e Giuliano Sciorino, segretario generale, dialogare con illustri ospiti come: il deputato Antonio Palmieri, membro della commissione Cultura, scienza e istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore associato di Psicologia dei consumi e neuromarketing e coordinatore del centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università Iulm di Milano, Emanuele Stivala e Fabio Tocco, imprenditori, founder della community 'Che fatica la vita da bomber' e ospiti fissi della domenica sportiva; mentre a moderare l'evento è stato Federico Lupieri, direttore Innovazione e New Media e responsabile Digital PR di Adnkronos.

ILFOGLIO.IT

22 FEBBRAIO 2022

IL GIORNALE DEL PIEMONTE E DELLA LIGURIA

27 FEBBRAIO 2022

ILGIORNALEDITALIA.IT

22 FEBBRAIO 2022

Il Sole 24 ORE



Un 2021 positivo per la vendita diretta
22 febbraio 2022
(Adnkronos) - Parla il segretario generale Avedisco.

il Giornale

COMMERCIO

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana

■ Roma. La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alla vendita, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale. E' quanto emerso nel corso del 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della vendita diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi promuovono, infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social.

L'evento ha visto i padroni di casa, Giovanni Proino, presidente Avedisco, e Giuliano Sciorino, segretario generale, dialogare con illustri ospiti come: il deputato Antonio Palmieri, membro della commissione Cultura, scienza e istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore associato di Psicologia dei consumi e neuromarketing e coordinatore del centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università Iulm di Milano, Emanuele Stivala e Fabio Tocco, imprenditori, founder della community 'Che fatica la vita da bomber' e ospiti fissi della domenica sportiva; mentre a moderare l'evento è stato Federico Lupieri, direttore Innovazione e New Media e responsabile Digital PR di Adnkronos.

La vendita diretta rappresenta una professione sempre più contemporanea e moderna che condiziona e privilegia la tradizione, rivolgendosi al contempo uno sguardo curioso e aperto verso il futuro. Avedisco rappresenta un settore sempre più apprezzato dagli italiani, sia in termini di opportunità di lavoro, sia come fonte di consumo, e lo attestano anche i dati dell'anno 2021, che registrano un fatturato di oltre 700,4 milioni di euro per una crescita del +2,3% rispetto al 2020. Risultati positivi anche per quanto riguarda il fronte occupazionale, infatti nel 2021 la forza vendita è cresciuta del +15,5% rispetto allo scorso anno, che porta il numero totale degli incaricati ad oltre 90.000.

«Il 2021 è stato un anno di transizione, dall'emergenza a una nuova normalità. In questo periodo ci sono stati molti cambiamenti, sia a livello di consumi che di adattamenti. Molti dei nostri incaricati alla vendita sono riusciti a strutturare

il comportamento digitale per mantenere vivo il rapporto con i clienti e i collaboratori», afferma Giovanni Proino, presidente di Avedisco. «L'idea è quella di pensare a una fase di nuova formazione su strumenti e comportamenti, sia per le aziende che per ogni singolo individuo. Oggi, con criterio e organizzazione, dobbiamo portare nella nostra nuova normalità quanto abbiamo imparato in questi lunghi mesi, con l'obiettivo di spogliarci delle ingovernabilità e perfezionare quanto appreso nell'onda dell'emergenza».

«La vendita diretta è sempre stata sostenuta - un bacino di sicurezza per chi si è rivolto del lavoro. Sono diverse le tipologie di persone che possono apprezzare la vendita diretta e nei momenti di difficoltà dell'economia in generale diventa il posto adatto o per passare un po' di tempo in attesa che le cose si sistemino, oppure per scegliere di cambiare completamente vita e di abbracciare un'attività interessante, nuova, divertente e soprattutto libera. Per il futuro siamo positivi di avere tutte le carte in regola per poter affrontare anche i momenti più difficili con la struttura mentale giusta e corretta. In questo caso si sta discutendo di guerra o non guerra, c'è sempre il timore che le cose possano andare male, ma noi dobbiamo vedere sempre al nostro interno, cercando di essere noi stessi e per questo la vendita diretta è fantastica».

Money.it

«Per vendita diretta il 2022 promette bene»



<https://www.money.it/adnkronos/Per-vendita-diretta-il-2022-promette-bene>

Il presidente di Avedisco anticipa l'andamento della vendita diretta di quest'anno.

MONEY.IT

22 FEBBRAIO 2022

IL SOLE24ORE.COM

22 FEBBRAIO 2022



EDICOLA

IL TEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Roma, 22 feb. (Adnkronos/Labitalia) - La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alle vendite, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale.

E' quanto emerso oggi nel corso del 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della vendita diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi, sempre promouvono infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social. L'evento ha visto infatti il presidente AVEDISCO, Giuliano Scortino, segretario Generale, dialogare con illustri ospiti come l'onorevole Antonio Palmieri, Membro della Commissione Cultura, Scienze e Istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore Associato di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing e Coordinatore del Centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università IULM di Milano, Emanuele Stralva e Fabio Tocco, im-

la Cronaca
di Verona e del Veneto

IL 10° FORUM PROMOSSO DA AVEDISCO

Vendita diretta super social

Molti incaricati sono ricorsi a strumenti digitali per i loro rapporti



Il Forum di Avedisco

Si è svolto il 10° Forum della Vendita Diretta promosso da AVEDISCO, Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della Vendita Diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi, sempre promouvono infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social. L'evento ha visto infatti il presidente AVEDISCO, Giuliano Scortino, segretario Generale, dialogare con illustri ospiti come l'onorevole Antonio Palmieri, Membro della Commissione Cultura, Scienze e Istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore Associato di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing e Coordinatore del Centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università IULM di Milano, Emanuele Stralva e Fabio Tocco, im-

prenditori, founder della Community 'Che Faccio la Vita da Bomber' e ospiti singoli individui. Oggi, con cellulari e organizzazione, dobbiamo portare nella nostra nuova normalità quanto abbiamo imparato in questi lunghi mesi, con Social Media e Filippone Digital PR di Roberto di Sordani e Antonino. E' 2021 è stato un anno di transizione, dall'emergenza a una nuova normalità in qualche modo ci si è abituati alla pandemia e, professionalmente parlando, si è trovato il modo di convivere e di adattarsi. Molti dei nostri incaricati alla vendita sono ricorsi a strumenti e comportamenti digitali per mantenere vivo il rapporto con i clienti e i collaboratori. Credo si possa pensare a una serie di nuove forme e strumenti e

comportamenti, sia per le Aziende che per ogni singolo individuo. Oggi, con cellulari e organizzazione, dobbiamo portare nella nostra nuova normalità quanto abbiamo imparato in questi lunghi mesi, con Social Media e Filippone Digital PR di Roberto di Sordani e Antonino. E' 2021 è stato un anno di transizione, dall'emergenza a una nuova normalità in qualche modo ci si è abituati alla pandemia e, professionalmente parlando, si è trovato il modo di convivere e di adattarsi. Molti dei nostri incaricati alla vendita sono ricorsi a strumenti e comportamenti digitali per mantenere vivo il rapporto con i clienti e i collaboratori. Credo si possa pensare a una serie di nuove forme e strumenti e

PADOVANEWS
IL PRIMO QUOTIDIANO ONLINE DI PADOVA

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta



Si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana.

Roma, 22 feb. (Adnkronos/Labitalia) - La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alle vendite, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale.

E' quanto emerso oggi nel corso del 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta', è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma, e ha visto un momento di dialogo dedicato alla trasformazione della nostra società e all'evoluzione tecnologica, fattori che hanno influenzato il settore della vendita diretta. Lo sviluppo del digitale e il distanziamento sociale di questi ultimi tempi promouvono, infatti l'inevitabile utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione per mantenere viva la relazione tra incaricati alla vendita e clienti al tempo dei social. L'evento ha visto i padroni di casa, Giovanni Paolo, presidente Avedisco, e Giuliano Scortino, segretario generale, dialogare con illustri ospiti come: il deputato Antonio Palmieri, membro della commissione Cultura, scienza e istruzione della Camera, Vincenzo Russo, professore associato di Psicologia dei consumi e neuromarketing e coordinatore del centro di ricerca di Neuromarketing presso l'Università Iulm di Milano, Emanuele Stralva e Fabio Tocco, imprenditori, founder della community 'Che fatica la vita da bomber' e ospiti fusi della domenica sportiva; mentre a moderare l'evento è stato Federico Lupati, direttore Innovazione e New Media e responsabile Digital PR di Adnkronos.

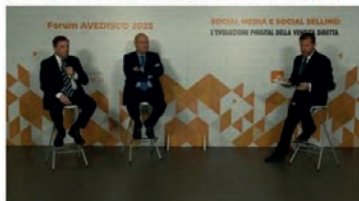
ILTEMPO.IT

22 FEBBRAIO 2022

TODAY

Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana.



Avedisco, tecnologia sempre più protagonista della vendita diretta

Roma, 22 feb. (Adnkronos/Labitalia) - La tecnologia è sempre più protagonista della vendita diretta che si conferma un modello 'phigital', dove physical e digital si alleano e danno vita ad una realtà ibrida nella quale la dimensione digitale è sempre più interconnessa alla relazione umana. Il phigital offre inoltre nuove e diverse opportunità agli incaricati alle vendite, pur mantenendo al centro la persona, la relazione e il valore sociale.

NUTRIENTIESUPPLEMENTI.IT
LA CRONACA DI VERONA
E DEL VENETO

24 FEBBRAIO 2022

ALTMANTOVANONEWS.IT

23 FEBBRAIO 2022

TODAY.IT

23 FEBBRAIO 2022

PADOVANEWS.IT

23 FEBBRAIO 2022

Covid, Palmieri: "Vendita diretta esempio che ha affiancato con successo il digitale al fisico"



(Adnkronos) - "La vendita diretta è l'esempio di un settore che poteva essere messo in ginocchio dalle restrizioni imposte dalla pandemia e invece ha saputo affiancare con successo il digitale al fisico: è importante per tutto il Paese". A dirlo Antonio Palmieri, membro della commissione Cultura, scienza e istruzione della Camera, intervenendo al 10° Forum della vendita diretta promosso da Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori. L'appuntamento, dal titolo: 'Social media e social selling: l'evoluzione phigital della vendita diretta' è stato ospitato dal Palazzo dell'Informazione di Roma.

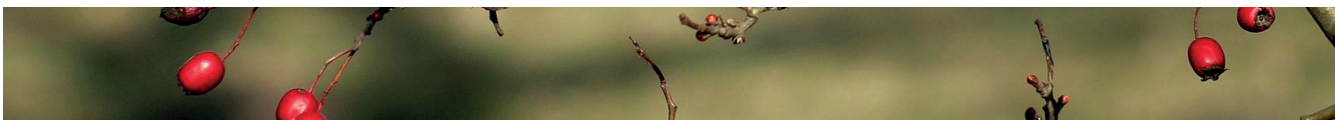
"Si tratta ora - fa notare - di approfondire le modalità migliori per continuare a usare il phigital in modo proficuo per clienti e per le imprese e i professionisti del settore. Avrete iniziato un percorso dal quale non si può tornare indietro, ma solo andare avanti".

INCONTRI 17



AVEDISCO

Viale Andrea Doria, 8 - 20124 Milano
Tel 02.6702744 - Fax 02.67385690
www.avedisco.it - info@avedisco.it



Incontri