

# Retribuzione della rete di vendita diretta



### 3.1 INTRODUZIONE



Il presente capitolo analizza l'**aspetto retributivo** delle reti di vendita diretta. Le **tematiche** di maggior rilievo che vengono trattate in modo dettagliato sono:

- Struttura complessiva della politica retributiva
- Retribuzione variabile
- Obiettivi assegnati ai venditori
- Overtarget ed extra bonus

All'interno del capitolo saranno presentate due sezioni d'analisi suddivise per argomento:

- A. Analisi generale: si cercherà in primo luogo di capire quali sono le caratteristiche principali in uso nelle aziende per poi indagare sulle differenze riscontrabili in aziende appartenenti a determinati settori merceologici, dimensioni aziendali, aree geografiche.
- B. La seconda approfondirà i medesimi aspetti considerando sia la dimensione della rete di vendita diretta (numero di venditori) che l'organizzazione della stessa (organizzazione della rete in funzione dell'area geografica oppure alla clientela o ai prodotti/servizi).

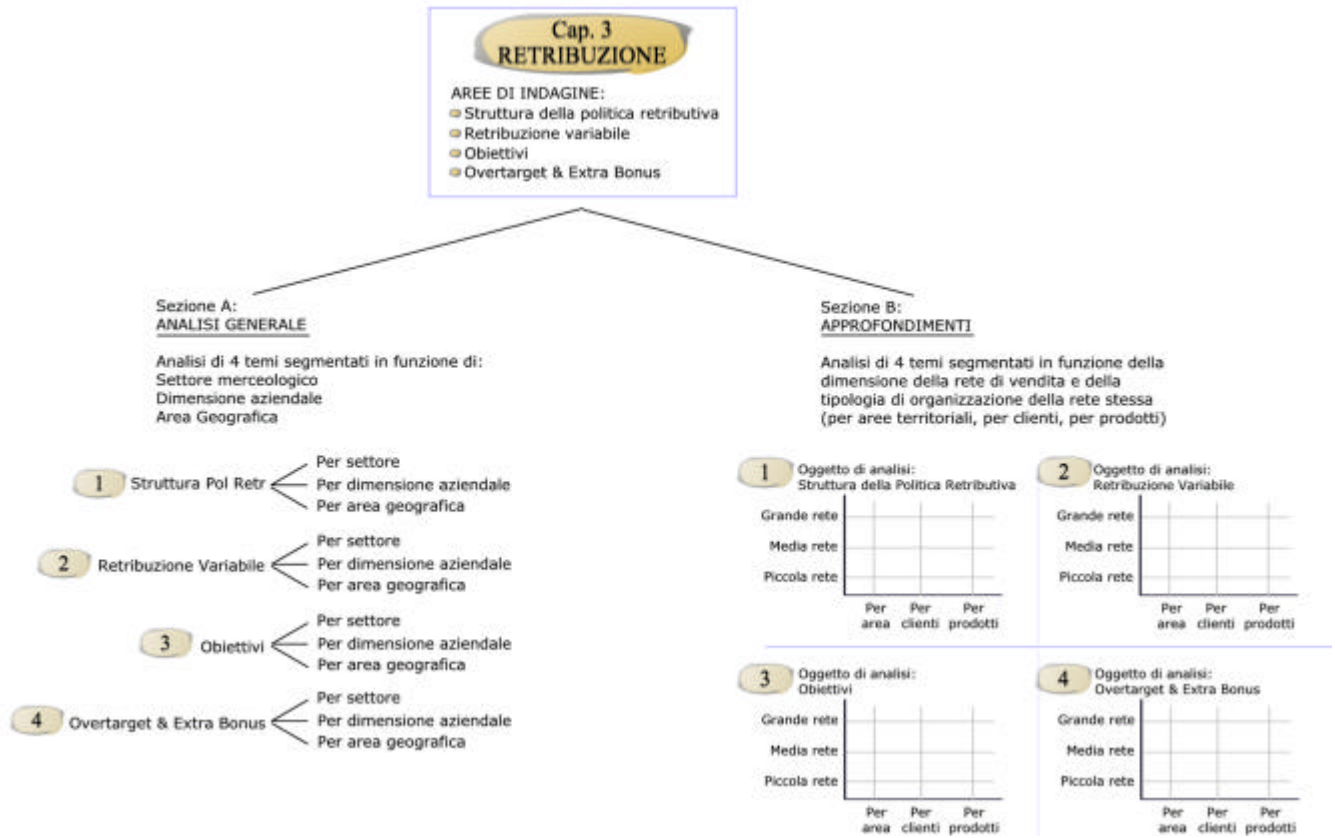
A.

Analisi Generale	
Settore merceologico	Industria Commercio e Turismo Società di servizi Altri settori
Dimensione aziendale	Piccola azienda Media azienda Grande azienda
Area Geografica	Nord ovest Nord est Centro Italia Sud e isole

B.

Approfondimento	
Piccola rete	Numero di venditori inferiore a 10 individui
Media rete	Numero di venditori compreso tra 11 e 30 individui
Grande rete	Numero di venditori superiore a 31 individui

In sintesi, la struttura del capitolo può essere così rappresentata:



### 3.2.2 Incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (potenziale)

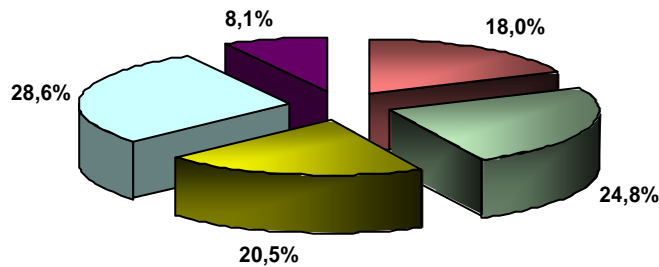
“Quale è l'incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (in termini di variabile potenziale)?”

Il campione delle 161 aziende partecipanti si distribuisce in modo omogeneo tra le possibili opzioni presentate.



Quale è l'incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (in termini di variabile potenziale)?	% Rispetto al totale delle risposte
Inferiore al 10%	18,0%
Tra il 10% e il 15%	24,8%
Tra il 15% e il 20%	20,5%
Superiore al 20%	28,6%
Nessuna	8,1%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 32: Variabile potenziale



- Inferiore al 10%
- Tra il 10% e il 15%
- Tra il 15% e il 20%
- Superiore al 20%
- Nessuna

Figura 32: Variabile potenziale

Quale è l'incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (in termini di variabile potenziale)?	INDUSTRIA	COMMERCIO E TURISMO	SOCIETA' DI SERVIZI	ALTRI SETTORI
Inferiore al 10%	20,3%	12,9%	15,6%	20,8%
Tra il 10% e il 15%	28,4%	29,0%	21,9%	12,5%
Tra il 15% e il 20%	20,3%	22,6%	18,8%	20,8%
Superiore al 20%	22,0%	29,0%	37,5%	33,3%
Nessuna	8,1%	6,5%	6,3%	12,5%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Tabella 32.1: Variabile potenziale**

Analizzando la dimensione aziendale si può notare come nella Media Azienda l'incidenza media del variabile sul base in termini potenziali è oltre il 15% mentre nella Grande Azienda vi è una spaccatura: i due comportamenti principalmente adottati implicano un variabile potenziale compreso tra il 10% e il 15% oppure oltre il 20%.

Quale è l'incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (in termini di variabile potenziale)?	PICCOLA AZIENDA	MEDIA AZIENDA	GRANDE AZIENDA
Inferiore al 10%	23,5%	14,3%	5,9%
Tra il 10% e il 15%	25,9%	19,1%	41,9%
Tra il 15% e il 20%	14,8%	30,2%	11,8%
Superiore al 20%	23,5%	31,8%	41,2%
Nessuna	12,4%	4,8%	0,0%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Tabella 32.2: Variabile potenziale**

Territorialmente parlando, rispetto all'analisi generale esposta in tabella 32 si distingue il Centro Italia con il 40% delle aziende che dichiara un variabile potenziale inferiore del 10%.

Quale è l'incidenza media della retribuzione variabile sulla retribuzione base (in termini di variabile potenziale)?	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD E ISOLE
Inferiore al 10%	12,8%	16,2%	40,0%	30,0%
Tra il 10% e il 15%	24,5%	27,0%	15,0%	40,0%
Tra il 15% e il 20%	23,4%	18,9%	10,0%	20,0%
Superiore al 20%	30,9%	29,7%	25,0%	10,0%
Nessuna	8,5%	8,1%	10,0%	0,0%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

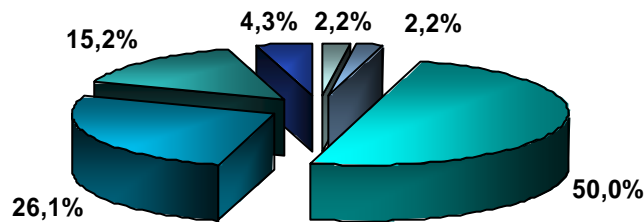
**Tabella 32.3: Variabile potenziale**

### 3.3.3 Azienda con un numero di venditori superiore a 31 individui

Un'azienda su due avente numero di venditori superiore a 31 adotta una politica retributiva improntata all'incentivo individuale come completamento della retribuzione fissa.

Azienda con numero di venditori superiore a 31 individui	
La sua azienda, quale politica retributiva attua per i venditori dipendenti?	% Rispetto al totale delle risposte
Solo retribuzione fissa	2,17%
Retribuzione fissa più incentivo collettivo	2,17%
Retribuzione fissa più incentivo individuale	50,00%
Retribuzione fissa più incentivo collettivo ed incentivo individuale	26,09%
Retribuzione fissa più provvigioni	15,22%
Solo provvigioni	4,35%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 43: Struttura della politica retributiva



- Solo retribuzione fissa
- Retribuzione fissa più incentivo collettivo
- Retribuzione fissa più incentivo individuale
- Retribuzione fissa più incentivo collettivo ed incentivo individuale
- Retribuzione fissa più provvigioni
- Solo provvigioni

Figura 43: Struttura della politica retributiva

Azienda con numero di venditori superiore a 31 individui				
La sua azienda, quale politica retributiva attua per i venditori dipendenti?	Struttura organizzata per area geografica	Struttura organizzata per clientela	Struttura organizzata per prodotti/servizio	DATO GENERALE
Solo retribuzione fissa	2,70%	5,56%	5,26%	2,17%
Retribuzione fissa più incentivo collettivo	2,70%	5,56%	5,26%	2,17%
Retribuzione fissa più incentivo individuale	51,35%	44,44%	47,37%	50,00%
Retribuzione fissa più incentivo collettivo ed incentivo individuale	24,32%	22,22%	26,32%	26,09%
Retribuzione fissa più provvigioni	13,51%	16,67%	5,26%	15,22%
Solo provvigioni	5,41%	5,56%	10,53%	4,35%
<b>TOTALE</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 43.1: Struttura della politica retributiva

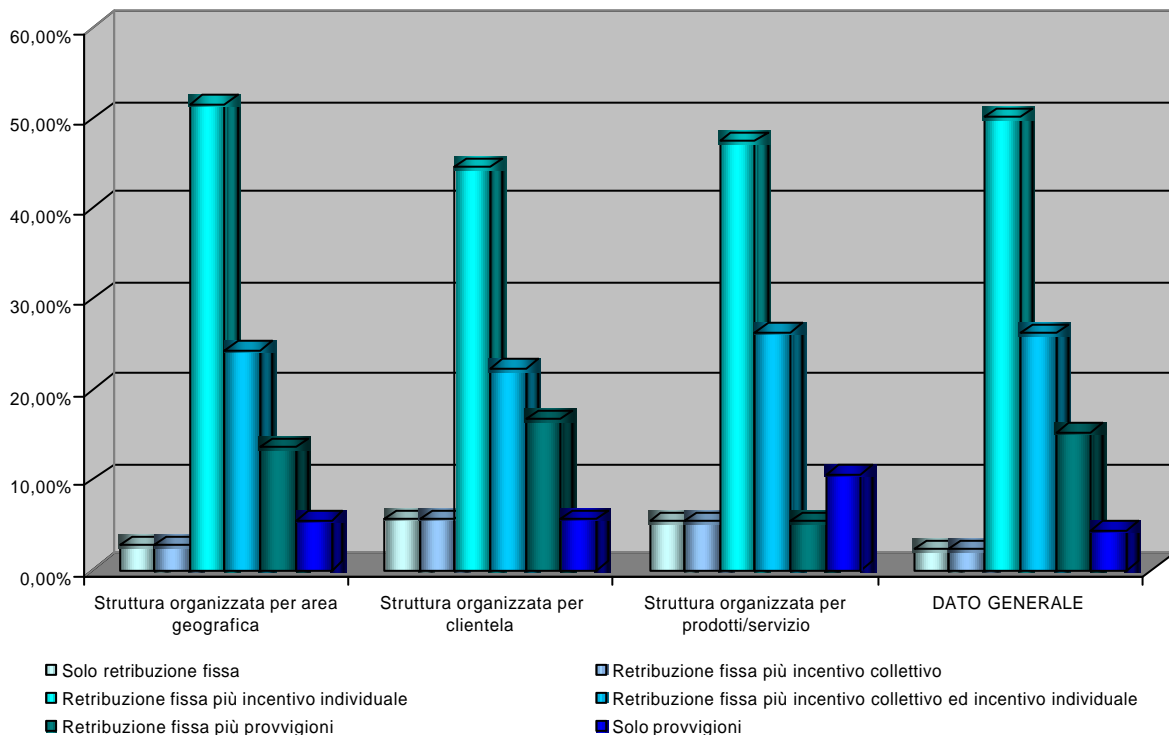


Figura 43.1: Struttura della politica retributiva

### 3.4.3 Rapporto medio tra variabile potenziale e variabile che verrà effettivamente erogato

#### 3.4.3.1 Azienda con un numero di venditori inferiore a 10 individui

La percentuale più elevata di aziende con pochi venditori ha un rapporto medio tra variabile potenziale e variabile realmente erogabile inferiore al 10%.

Azienda con numero di venditori inferiore a 10 individui	
Quale è il rapporto medio tra variabile potenziale e variabile che verrà effettivamente erogato a seguito dei risultati del 2008?	% Rispetto al totale delle risposte
Meno del 10%	41,1%
Tra il 10% e il 19%	16,7%
Tra il 20% e il 39%	8,9%
Tra il 40% e il 59%	5,6%
Tra il 60% e il 79%	8,9%
Tra il 80% e il 99%	14,4%
100% e oltre	4,4%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 50: Variabile effettivamente erogato

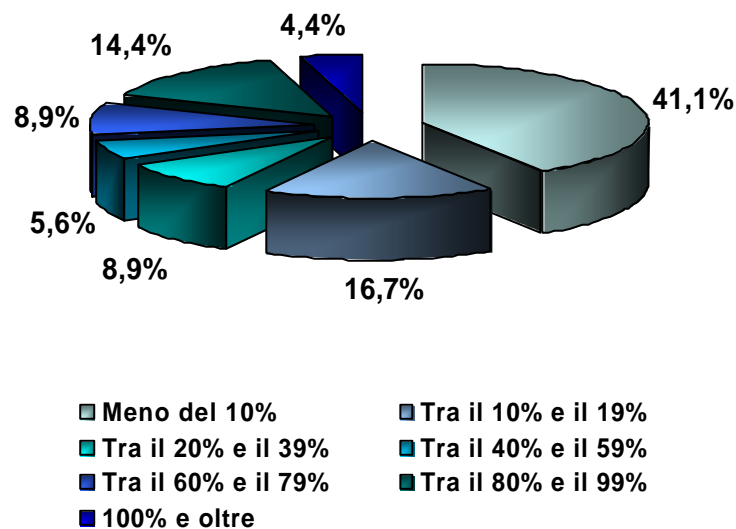


Figura 50: Variabile effettivamente erogato

Ogni struttura organizzativa rispetta quanto sopra esposto (tabella 50), eccezion fatta per le reti di vendita orientate a prodotti/servizi dove le aziende appartenenti a tale categoria si distribuiscono omogeneamente nei primi due range proposti dalla survey (meno del 10%- compreso tra il 10% e il 19%).

Azienda con numero di venditori inferiore a 10 individui				
Quale è il rapporto medio tra variabile potenziale e variabile che verrà effettivamente erogato a seguito dei risultati del 2008?	Struttura organizzata per area geografica	Struttura organizzata per clientela	Struttura organizzata per prodotti/servizio	DATO GENERALE
Meno del 10%	40,00%	57,14%	28,57%	41,1%
Tra il 10% e il 19%	13,33%	14,29%	28,57%	16,7%
Tra il 20% e il 39%	6,67%	0,00%	19,05%	8,9%
Tra il 40% e il 59%	5,00%	4,76%	4,76%	5,6%
Tra il 60% e il 79%	13,33%	9,52%	9,52%	8,9%
Tra il 80% e il 99%	15,00%	14,29%	9,52%	14,4%
100% e oltre	6,67%	0,00%	0,00%	4,4%
<b>TOTALE</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 50.1: Variabile effettivamente erogato

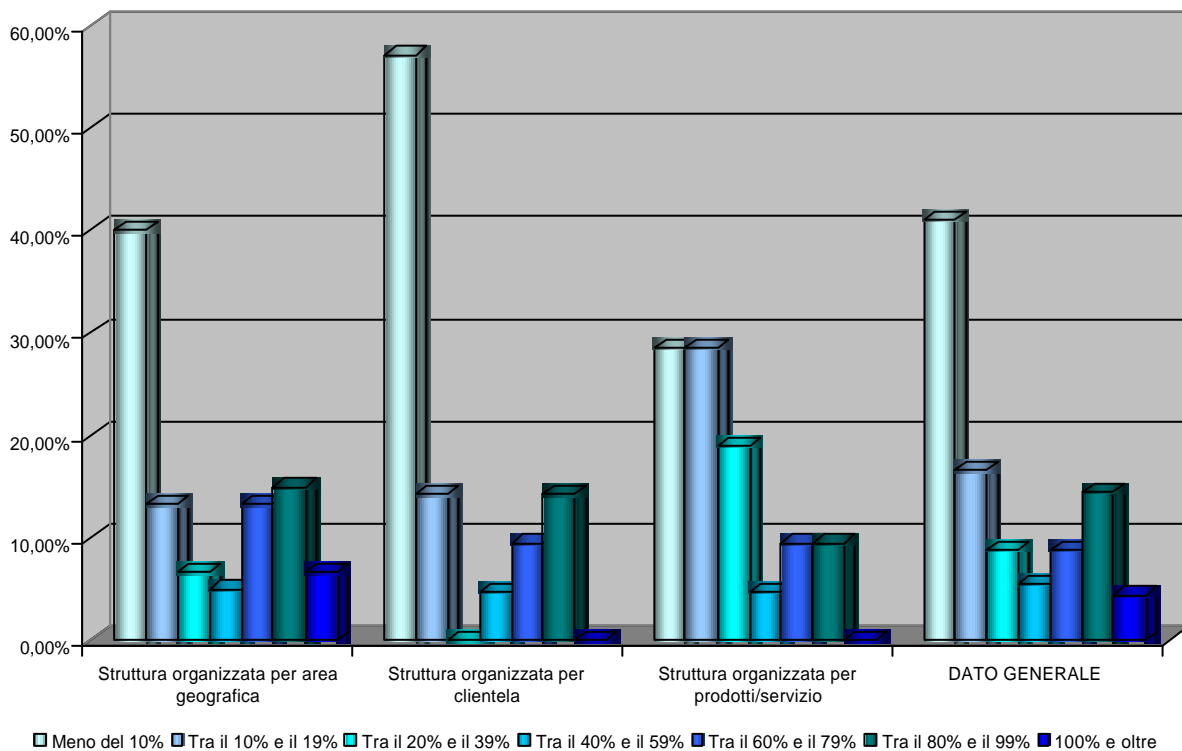


Figura 50.1: Variabile effettivamente erogato

### 3.6 Overtarget ed extra bonus

#### 3.6.1 Premi/bonus

##### 3.6.1.1 Piccola Azienda con un numero di venditori inferiore a 10 individui

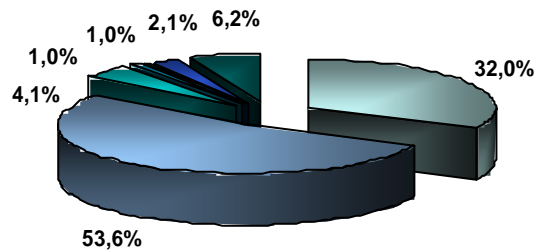
Il 53,6% delle aziende aventi strutture commerciali di ridotte dimensioni eroga premi/bonus al raggiungimento degli obiettivi sotto forma di denaro.



#### Azienda con numero di venditori inferiore a 10 individui

Si erogano premi/bonus al superamento degli obiettivi stabiliti?	% Rispetto al totale delle risposte
No	32,0%
Si, premi in denaro	53,6%
Si, viaggi	4,1%
Si, prodotti di natura tecnologica (tv, etc...)	1,0%
Si, beni di lusso (orologi, gioielli, etc...)	1,0%
Si, premi che interessano il tempo libero (abbonamenti a teatro, cinema, etc...)	2,1%
Si, altre forme	6,2%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 65: Premi/bonus



- No
- Si, premi in denaro
- Si, viaggi
- Si, prodotti di natura tecnologica (tv, etc...)
- Si, beni di lusso (orologi, gioielli, etc...)
- Si, premi che interessano il tempo libero (abbonamenti a teatro, cinema, etc...)
- Si, altre forme

Figura 65: Premi/bonus

Azienda con numero di venditori inferiore a 10 individui				
Si erogano premi/bonus al superamento degli obiettivi stabiliti?	Struttura organizzata per area geografica	Struttura organizzata per clientela	Struttura organizzata per prodotti/servizio	DATO GENERALE
No	29,69%	42,86%	29,17%	32,0%
Si, premi in denaro	59,38%	47,62%	50,00%	53,6%
Si, viaggi	1,56%	0,00%	12,50%	4,1%
Si, prodotti di natura tecnologica (tv, etc...)	1,56%	0,00%	0,00%	1,0%
Si, beni di lusso (orologi, gioielli, etc...)	0,00%	0,00%	4,17%	1,0%
Si, premi che interessano il tempo libero (abbonamenti a teatro, cinema, etc...)	1,56%	4,76%	0,00%	2,1%
Si, altre forme	6,25%	4,76%	4,17%	6,2%
<b>TOTALE</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,0%</b>

Tabella 65.1: Premi/bonus

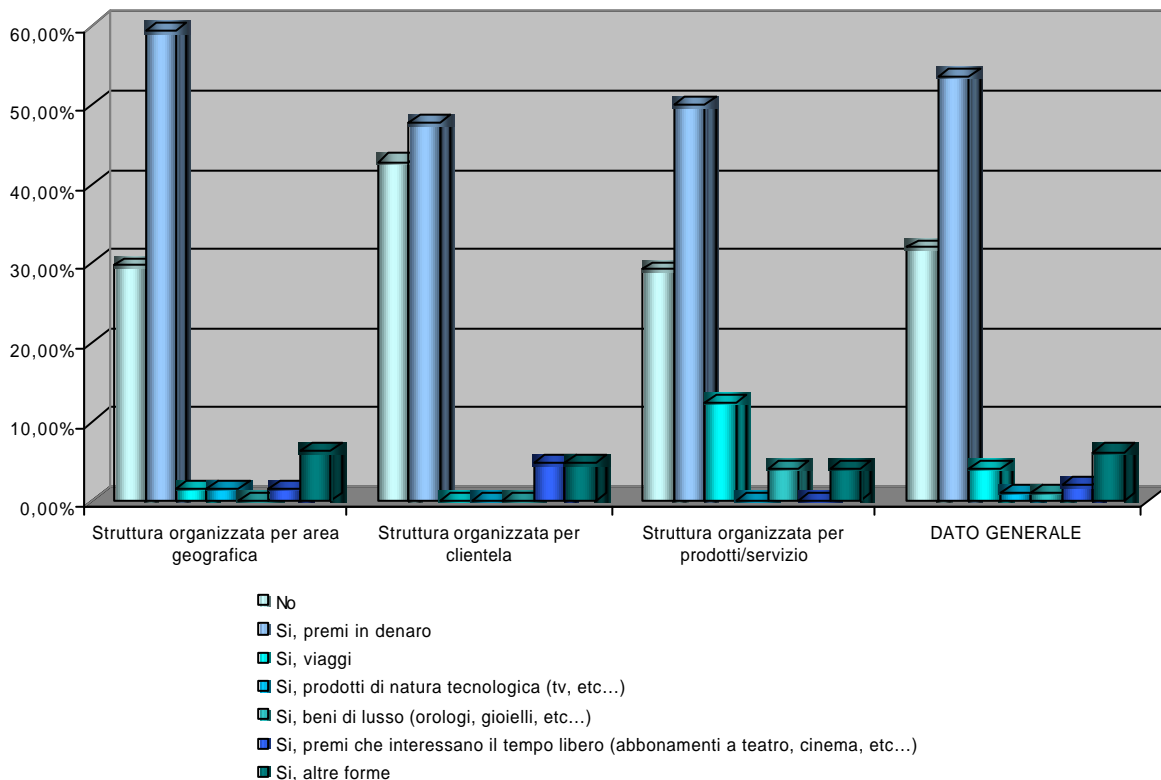


Figura 65.1: Premi/bonus