

Alegi mai mult, câștigi mai bine. Vezi cele mai mari comisioane promise la angajare

Firmele nu mai sunt dispuse să ofere salarii mari angajaților din vânzări, cum făceau în anii de dinaintea crizei, când partea fixă din pachetul salarial era o metodă de retenție a personalului. Acum companiile preferă să acorde comisioane mai mari, încercând să stimuleze în acest fel creșterea volumului de vânzări.



Evident, comisioanele vânzătorilor variază foarte mult în funcție de domeniul în care activează și de produsele pe care le comercializează. Variațiile procentuale sunt foarte mari - de la 2% la 50% din valoarea vânzărilor. “Una este să vinzi mașini, caz în care obții un comision de o singură cifră, și alta este să vinzi pixuri sau creioane, caz în care comisionul este mult mai mare”, spune Daniela Necefor, managing partner al firmei de resurse umane Total Business Solutions.

Reprezentanții firmelor de cosmetice Oriflame sau Avon le promet colaboratorilor comisioane de 40% din valoarea comenzilor, dacă aceasta depășește 500 de lei. În cazul în care comenzile sunt mai mici, și câștigurile agenților de vânzări sunt reduse, firma oferindu-le procente de 20-30%. Pe lângă oferta financiară, colaboratorilor li se promet și diverse cadouri "în natură", din pachetele de cosmetice pe care le distribuie.

Sistemul de vânzări directe promise nu doar comisioane atractive, care sunt greu de realizat în condițiile scăderii consumului, ci și bonusuri în funcție de numărul colaboratorilor atrași în rețea. De exemplu, celor care comercializează produse de parfumerie și bijuterii prin rețeaua Metropolitan li se promite atât un comision de 25% din vânzări, cât și o cotă parte pentru fiecare nivel al rețelei create de agent.

Brandul de produse textile Issimo Home își atrage colaboratorii cu câștiguri lunare din comisioane între 1.000 și 6.000 lei pentru cei care fac vânzările directe pe bază de catalog a unor produse precum lenjerii de pat, prosoape sau halate de baie.

O agenție imobiliară din București le propune consultanților imobiliari un sistem de comisionare progresiv, în funcție de numărul de tranzacții și nu de valoarea acestora. Astfel, prima tranzacție va fi remunerată cu 25% din valoarea comisionului înregistrat de companie, a doua - 35%, iar începând cu a treia comisionul încasat de angajat va reprezenta 50% din valoarea facturată de agenție.

O firmă care plasează tonomate de cafea și de mâncare le promite viitorilor agenți de vânzări un

comision de 800 de lei pentru fiecare contract încheiat cu o societate comercială, ceea ce ar ridica veniturile nete ale angajaților performanți către 1.000 de euro pe lună.

Vânzările auto și asigurările continuă să aducă cele mai mari comisioane pentru cei care reușesc să vândă, însă numărul acestora este din ce în ce mai mic. Comisioanele care mai aduc încă venituri constante agenților de vânzări sunt cele din domeniul componentelor auto sau al uleiurilor de motor.