

L'Intermediazione commerciale: ruolo e campo di azione di Francesca Mugnai

Descrizione

TAG: Business, intermediazione commerciale, Marketing, rappresentanza

L'Intermediazione commerciale ha un ruolo di fondamentale importanza sia per le aziende che per i loro clienti. Che [l'intermediazione](#) sia fatta da **enti o da persone fisiche**, è necessario avere **alte competenze tecniche e commerciali**. I servizi che offrono sono mirati a gestire tutto l'iter necessario per la vendita di un dato prodotto o servizio e operano sia a livello burocratico che economico. Nello specifico, si occupano di **trovare la clientela giusta** per poi proporre **preventivi mirati e accattivanti**. Sono sempre informati sulle **leggi** e sulle **normative** di settore e qualità fondamentale che devono possedere, è quella di saper **invogliare il cliente a comprare**.

Devono creare una campagna di [marketing comunicativa](#) e soddisfacente per l'azienda mandataria. In altre parole, il loro successo dipende dalla capacità di saper **promuovere i prodotti o i servizi** dell'azienda che rappresentano. Gli agenti devono essere **marchettari** ma anche versatili e capaci di imparare velocemente in quanto si possono trovare a vendere più prodotti contemporaneamente e completamente diversi tra loro.

È necessario possedere abilità nel dimostrare la qualità del prodotto che si sta vendendo fino quasi a farlo apparire indispensabile agli occhi del cliente.

Le figure di riferimento dell'Intermediazione commerciale

Nell'Intermediazione commerciale esistono **due figure principali** di cui dobbiamo fare una netta distinzione: **l'intermediario** e il **mediatore**. L'intermediario agisce nell'interesse del proprio mandatario (cioè per conto dell'azienda che sta rappresentando), oppure anche nell'interesse di più elementi, tra le parti per cui sta avvenendo la trattativa, per il Mediatore invece, ha il compito di mediare le parti in modo imparziale e rappresenta tutte le parti.

Mentre il primo può avere contatti e relazioni con le parti che rappresenta, il secondo no perché rischia di cadere nel conflitto di interessi. Anche i contratti sono differenti: l'intermediario agisce su [mandato](#), mentre il mediatore riceve *l'incarico di mediazione*. Entrambe queste figure si trovano al centro tra le aziende e i loro clienti, per facilitare il raggiungimento di un accordo tra le parti.

Per farvi un esempio, il *mediatore* è il classico **agente immobiliare**. Il suo ruolo è quello di facilitare la vendita di un bene immobile che può essere una casa, un fondo, o un capannone. Il mediatore opera nell'interesse sia del venditore che dell'acquirente.

Mentre per farvi un esempio di intermediario (che può essere anche un'agenzia) prendiamo il **Broker finanziario** che è colui che compra e vende azioni nell'esclusivo interesse del proprio committente. Ricorderete negli anni 80 e 90 le immagini provenienti dalle principali borse mondiali dove regnava una grande confusione con persone che gridavano continuamente: «Compro! Vendo!»• Ecco loro sono i *broker finanziari* che operano nel campo dell'economia e della finanza. Si tratta di esperti in grado di valutare l'andamento del mercato delle azioni in modo da catturarne le convenienze. Decidono quando è remunerativo vendere o comprare determinate azioni, per conto esclusivo del proprio committente.

Perché rivolgersi a queste figure di riferimento?

La risposta è molto semplice, gli *intermediari* hanno strumenti e risorse per raggiungere il più alto numero di acquirenti. Cosa che l'azienda da sola non avrebbe. Ma soprattutto verificano che gli acquirenti, abbiano le entrate necessarie per sostenere la potenziale acquisizione del prodotto o servizio che l'azienda vuole vendere. I *mediatori* invece conoscono benissimo il mercato di loro competenza e in genere hanno già stabilito relazioni economiche con i potenziali clienti che vengono raggiunti con più facilità perciò hanno maggiori probabilità di concludere con successo una trattativa.

In entrambi i casi è necessaria una grande preparazione tecnica unita a doti manageriali di comunicazione e Marketing. In altre parole: passione dedizione e alta competenza.

Hits: 0

L'articolo [L'Intermediazione commerciale: ruolo e campo di azione](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

4 Giugno 2021

Autore