



CEL

COMMERCIAL EXCELLENCE LAB

Vendite un mestiere meraviglioso:
Survey sulla percezione degli studenti
Paolo Guenzi, Sarah Ghaddar

12.06.2016

La ricerca: un'introduzione

- **L'obiettivo della ricerca:** analizzare le percezioni che gli studenti universitari hanno del mestiere di venditore, e comprendere quali variabili influenzano la loro intenzione di lanciarsi in una carriera nelle vendite;
- **Il campione:** la ricerca è stata condotta su un campione di 355 studenti universitari (prevalentemente italiani), provenienti da varie Università;
- **Le scale utilizzate:** per misurare le variabili considerate sono già state utilizzate con successo in precedenti studi condotti a livello internazionale. Scale Likert a 7 punti, così formulate: «Esprimi il tuo grado di accordo con le seguenti affermazioni, da 1 = per nulla d'accordo a 7 = completamente d'accordo»;
- **Le analisi condotte:**
 - I. Analisi descrittive;
 - II. Analisi fattoriali (metodo: estrazione componenti principali e Varimax Rotation) con relativo test di affidabilità (Crombach Alpha);
 - III. Correlazioni;
 - IV. Regressioni;



Variabili di segmentazione oggettive

Le caratteristiche del campione

Esperienza pregressa con i clienti

NO	37,5%
SI	58,3%
NR	4,2%

Genere

M	46,2%
F	50,7%
NR	3,1%



Università frequentata

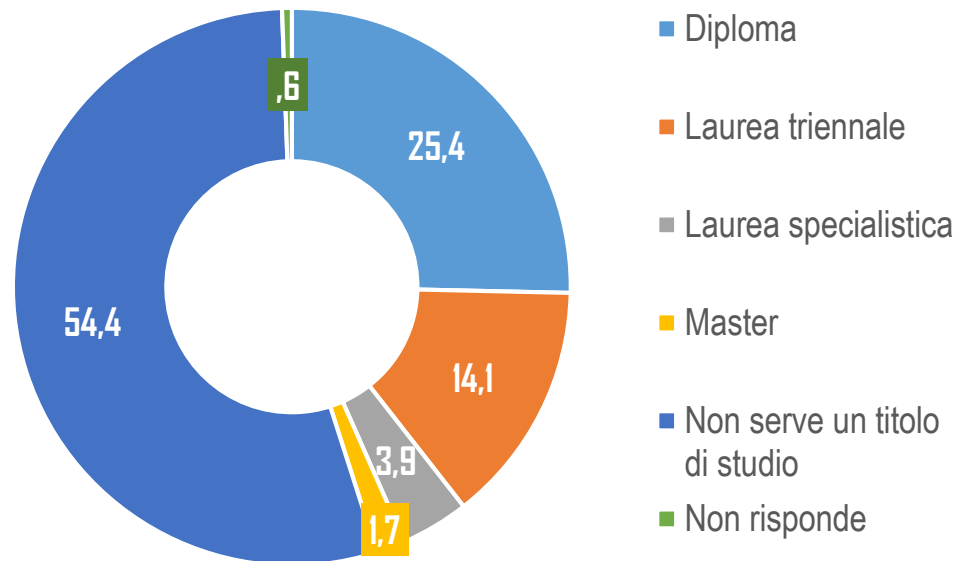
Bocconi	63,7%
Altra università	27,3%
Non specifica	9,0%



Variabile di segmentazione soggettiva

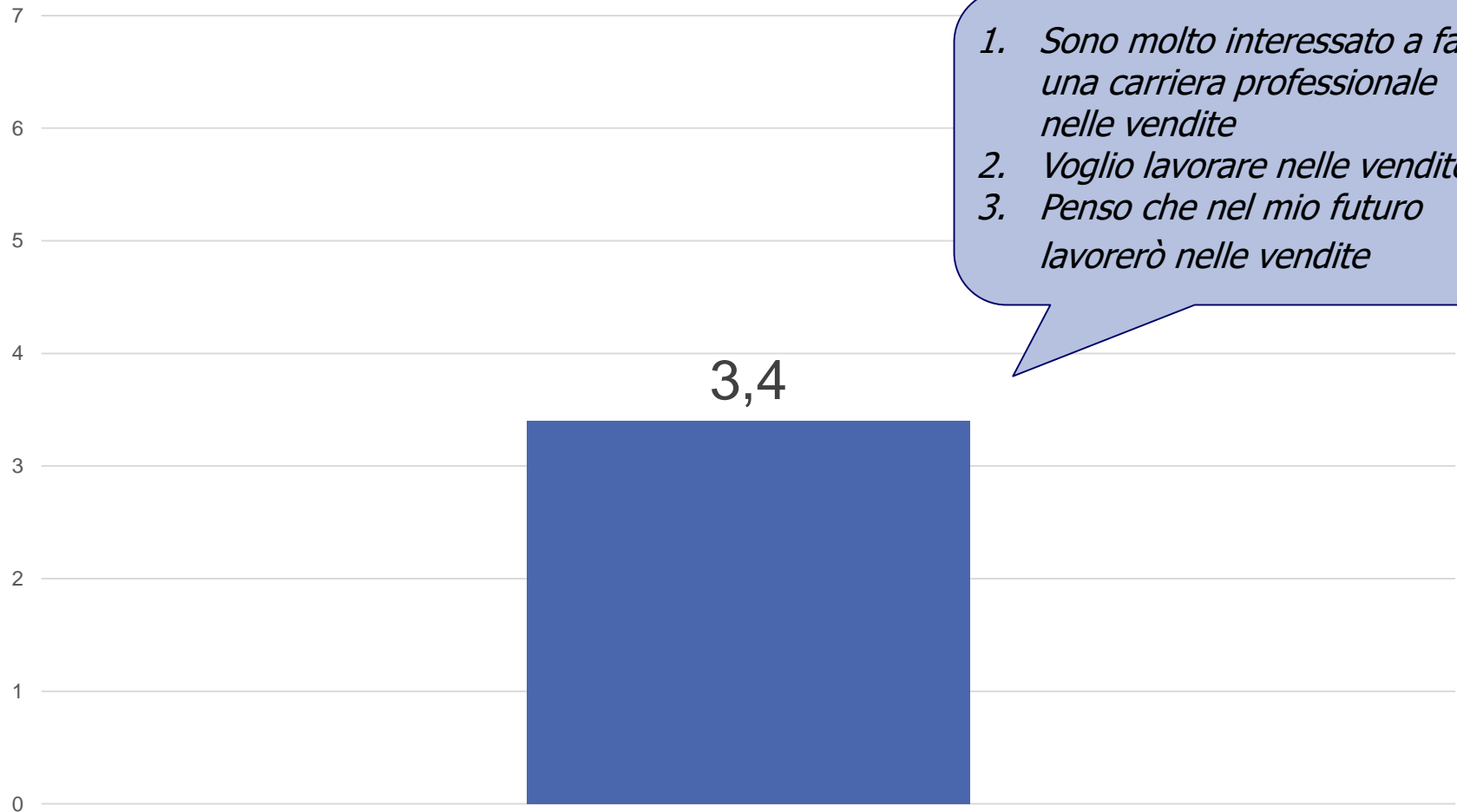
Secondo te per fare il venditore che titolo di studio serve?

Se il diploma emerge quale titolo di studio sufficiente per avviarsi in una carriera di vendita nel 25,4% delle risposte, oltre il 54,4% del campione ritiene che per fare il venditore non sia necessario un titolo di studio.



L'intenzione di lavorare nel commerciale è media

Intenzione di lavorare nel commerciale

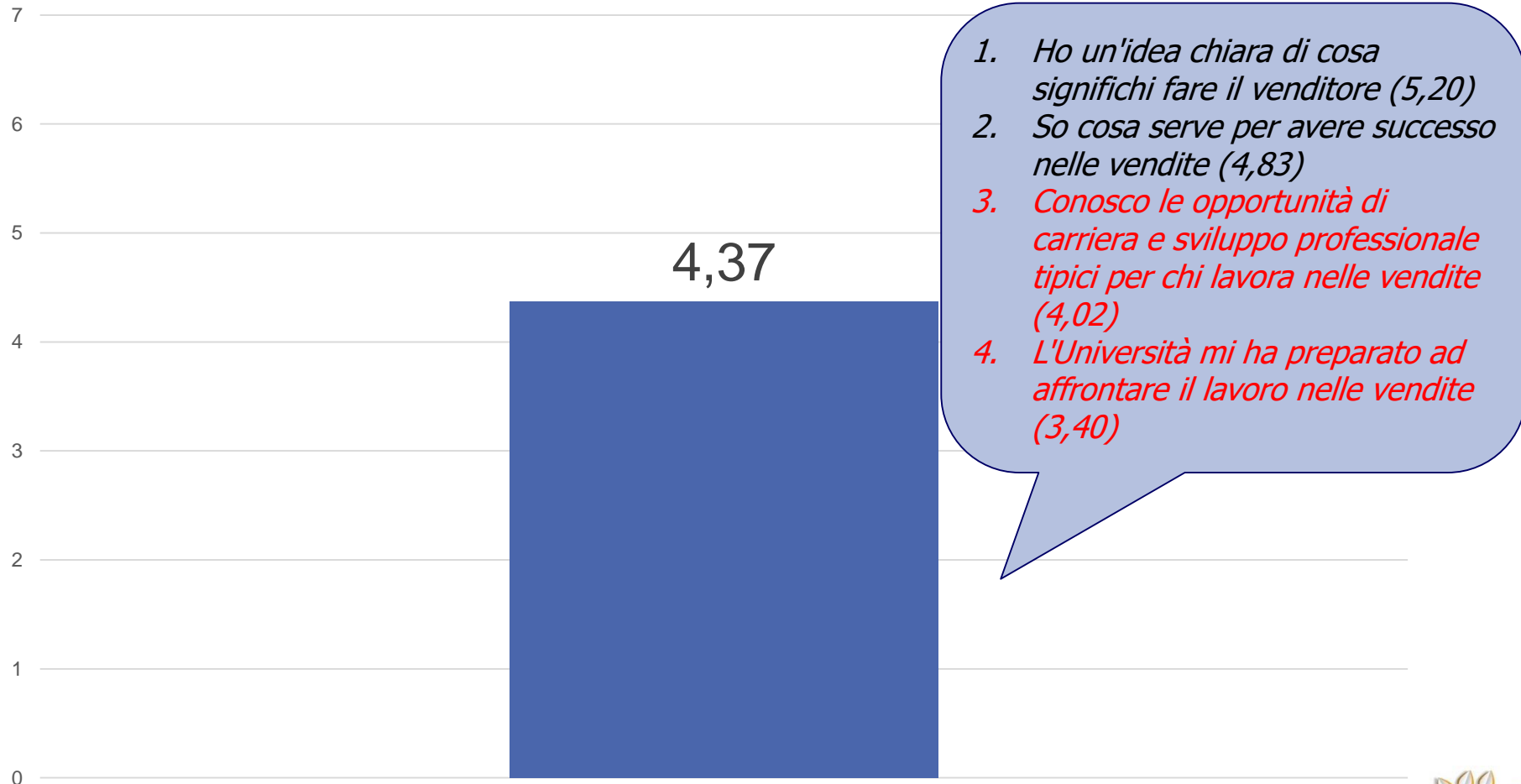


- 1. Sono molto interessato a fare una carriera professionale nelle vendite*
- 2. Voglio lavorare nelle vendite*
- 3. Penso che nel mio futuro lavorerò nelle vendite*



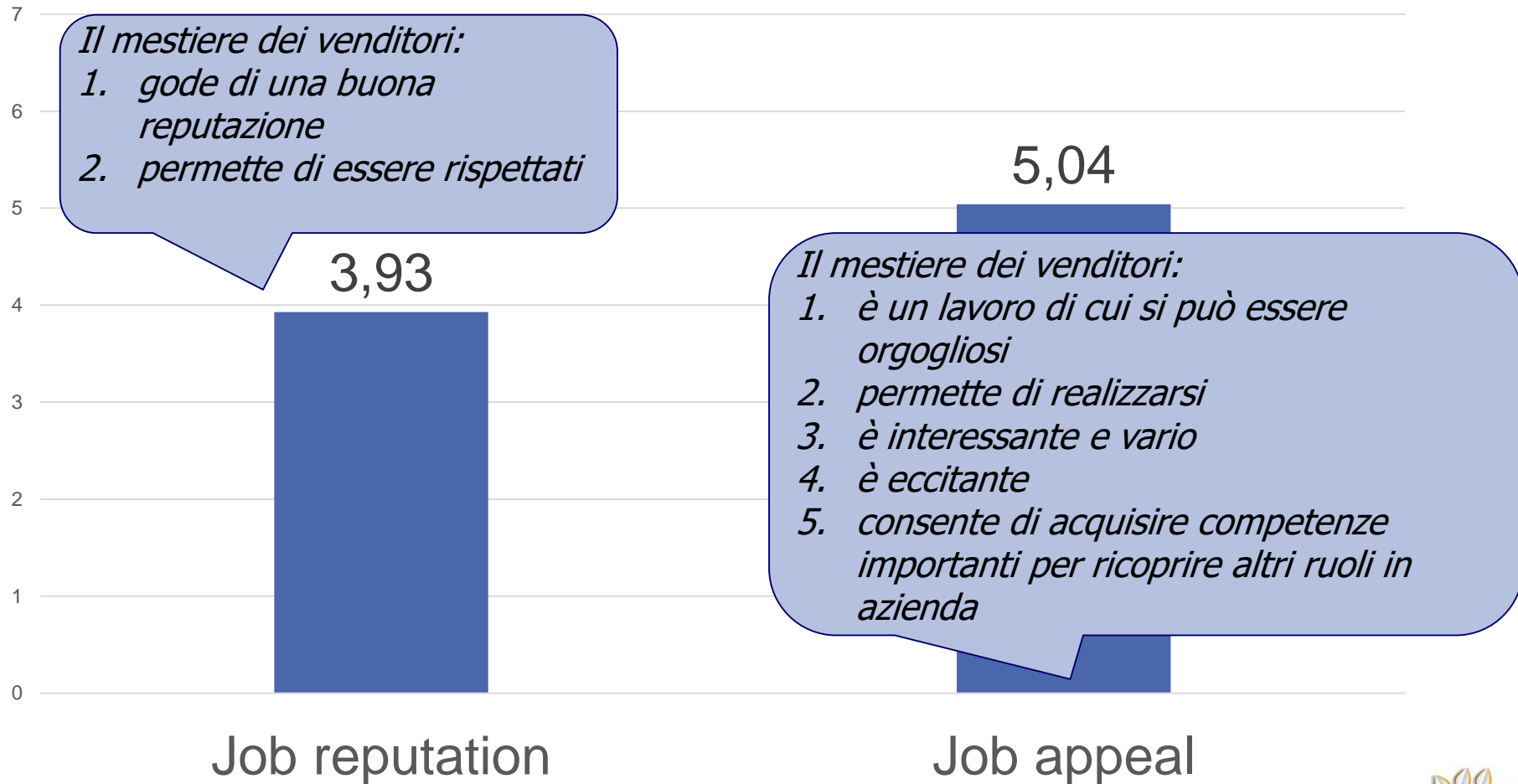
La consapevolezza sul mestiere è medio-bassa

Consapevolezza sales job



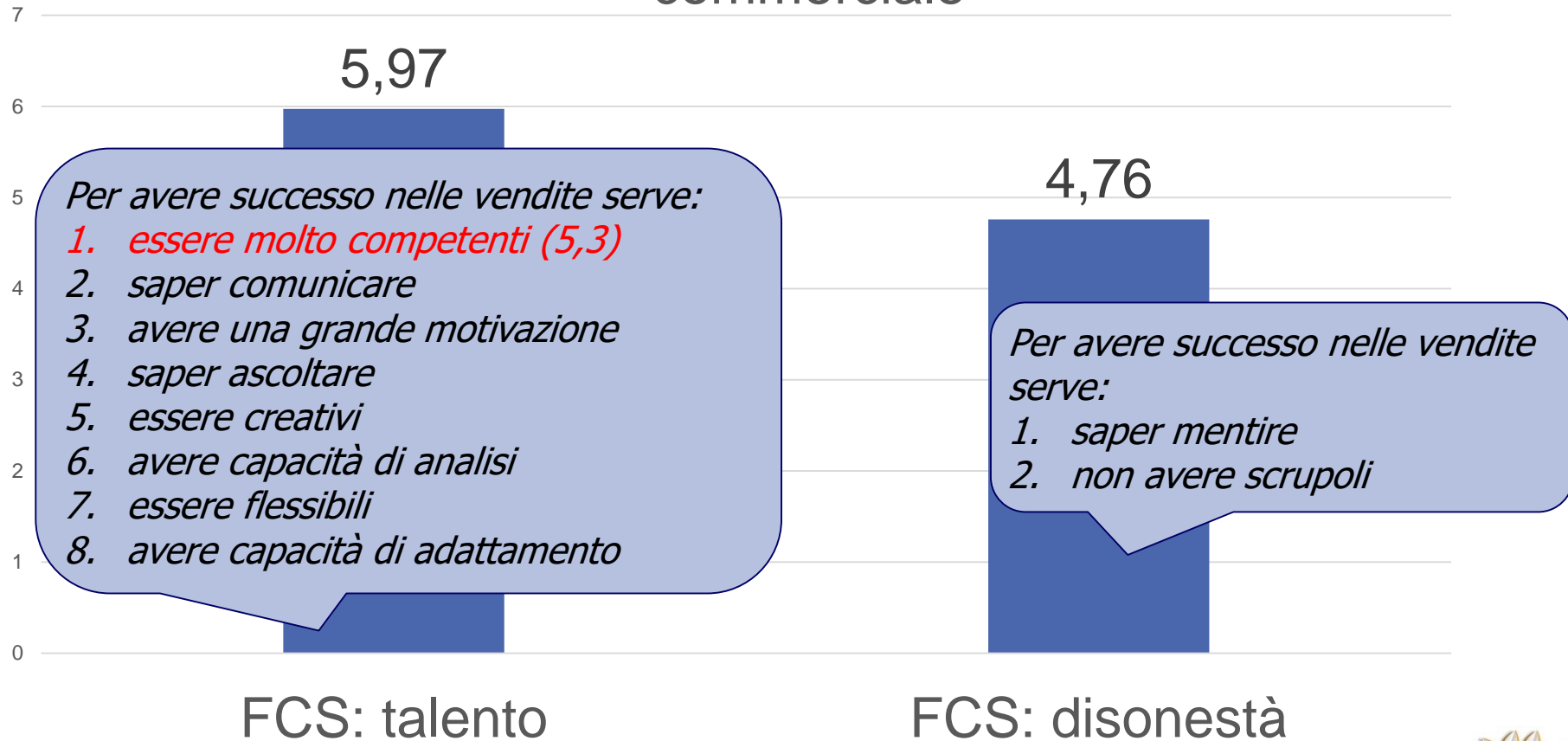
Anche se gode di una reputazione medio-bassa, è un mestiere attrattivo per molti aspetti

Caratteristiche del mestiere commerciale



Anche se è diffusa l'idea che per avere successo la disonestà aiuti, serve soprattutto talento

Fattori critici di successo per il mestiere commerciale



Il mestiere commerciale ha più appeal degli altri ruoli aziendali, è più stressante ma più autonomo

7

Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da

6

4,82

1. maggiore incertezza sui risultati
2. maggiore stress

4,95

1. maggiore autonomia nella scelta dei metodi di lavoro
2. maggiore autonomia decisionale

4,3

1. maggiore varietà di competenze da possedere
2. maggiore rilevanza per l'azienda
3. superiori opportunità di crescita professionale
4. ricompense monetarie superiori
5. la possibilità di applicare quello che ho studiato (3,92)
6. maggiori possibilità di realizzazione personale

5

4

3

2

1

0

Specificità: stress

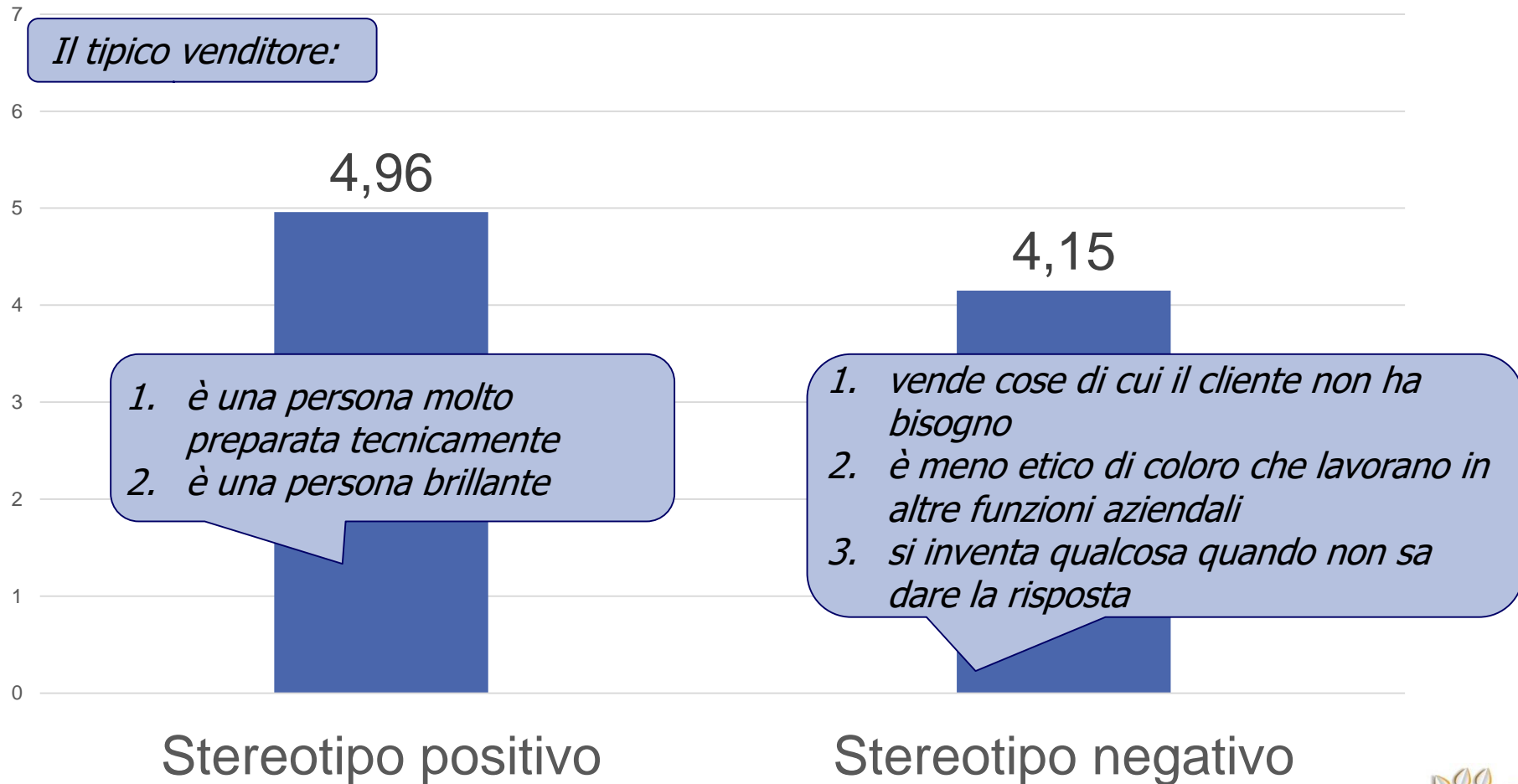
Specificità: autonomia

Specificità: appeal



Anche se sussiste uno stereotipo negativo, prevale uno stereotipo positivo sul tipico commerciale

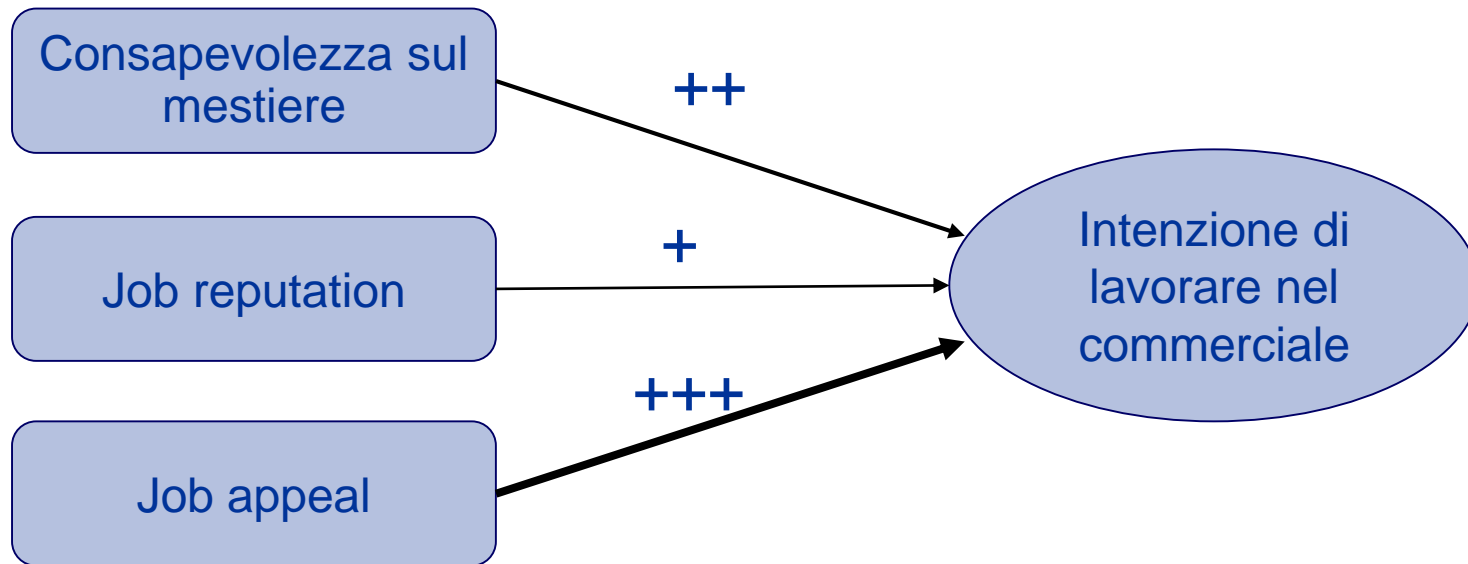
Stereotipi sul mestiere commerciale



Analisi di regressione: quali variabili predicano l'intenzione di lavorare nelle vendite?



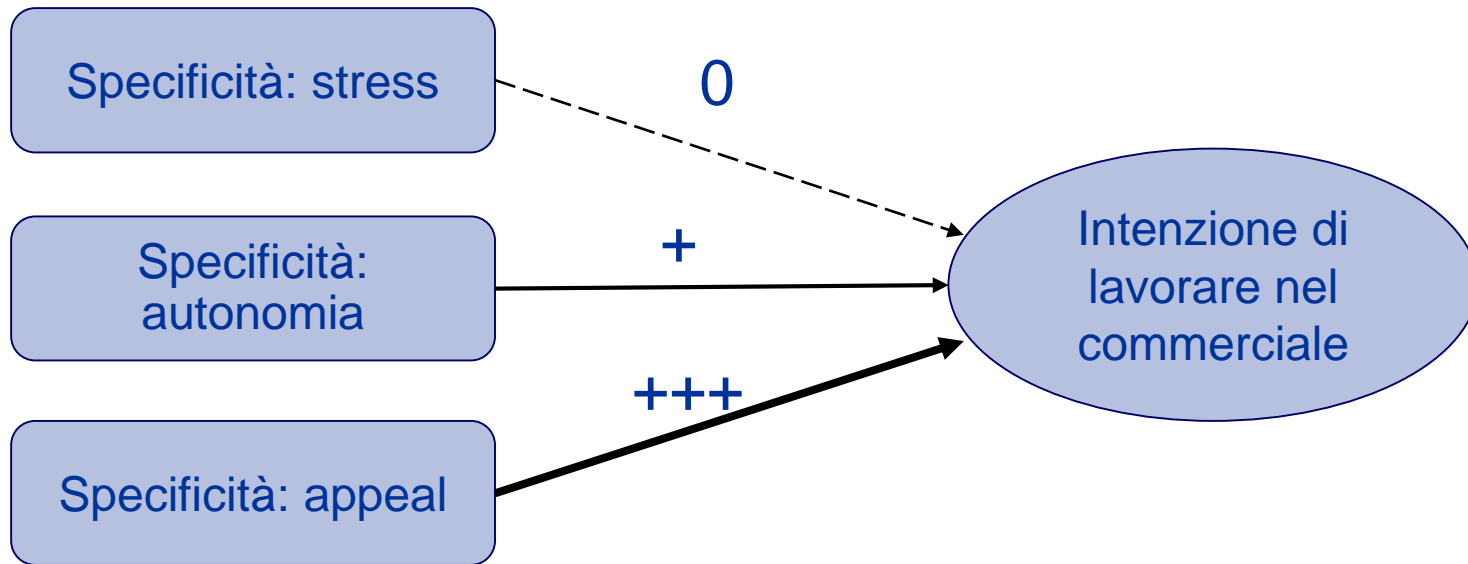
La consapevolezza sul mestiere di vendita e la convinzione che sia attrattivo e goda di buona reputazione aumentano l'intenzione di lavorare nel commerciale



L'intenzione di lavorare nelle vendite cresce all'aumentare della conoscenza percepita del mestiere di commerciale e della percezione di attrattività di tale mestiere. La percezione sulla reputazione del lavoro in ambito commerciale ha invece un impatto marginale sull'intenzione di avviarsi verso una carriera nelle vendite



Le percezioni che il mestiere commerciale abbia più appeal e sia più autonomo degli altri lavori aziendali aumentano l'intenzione di lavorare nelle vendite



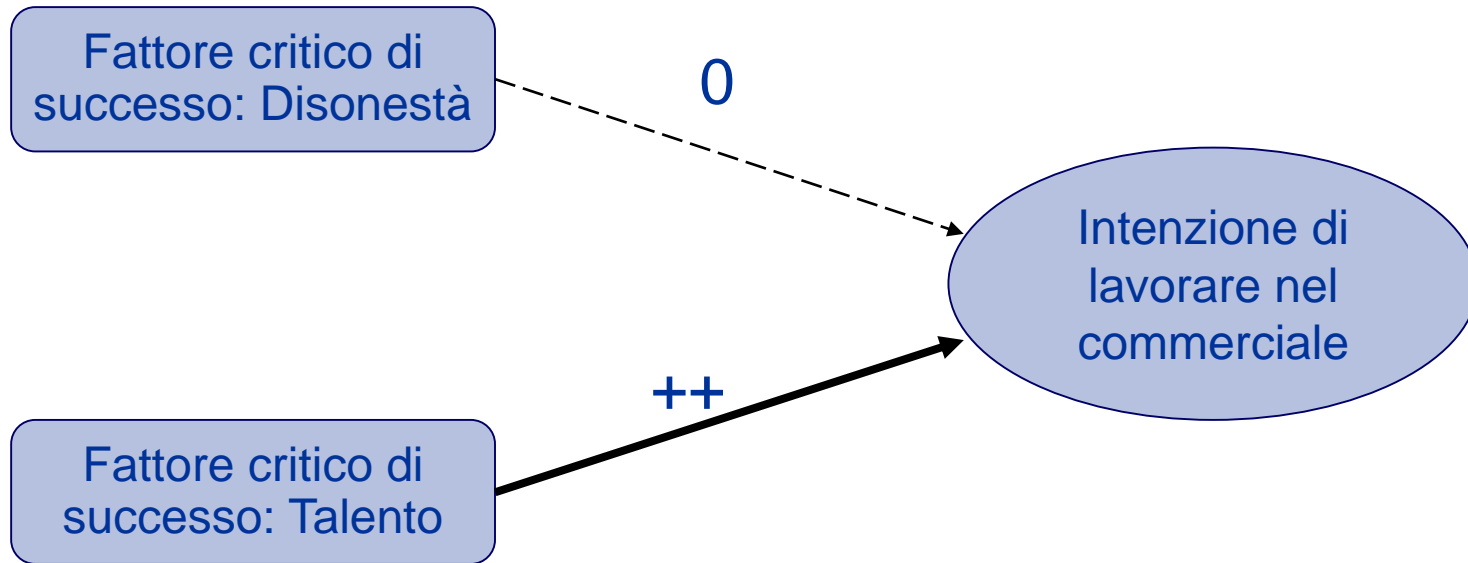
L'intenzione di lavorare nelle vendite aumenta significativamente allorché il mestiere è percepito come attrattivo in termini di varietà dei compiti, possibilità di crescita e di auto-realizzazione.

La percezione di autonomia del lavoro in ambito commerciale ha un impatto debole sull'intenzione di avviarsi verso una carriera nelle vendite.

La percezione del lavoro commerciale come più stressante di altri non influenza invece l'intenzione di lavorare nelle vendite



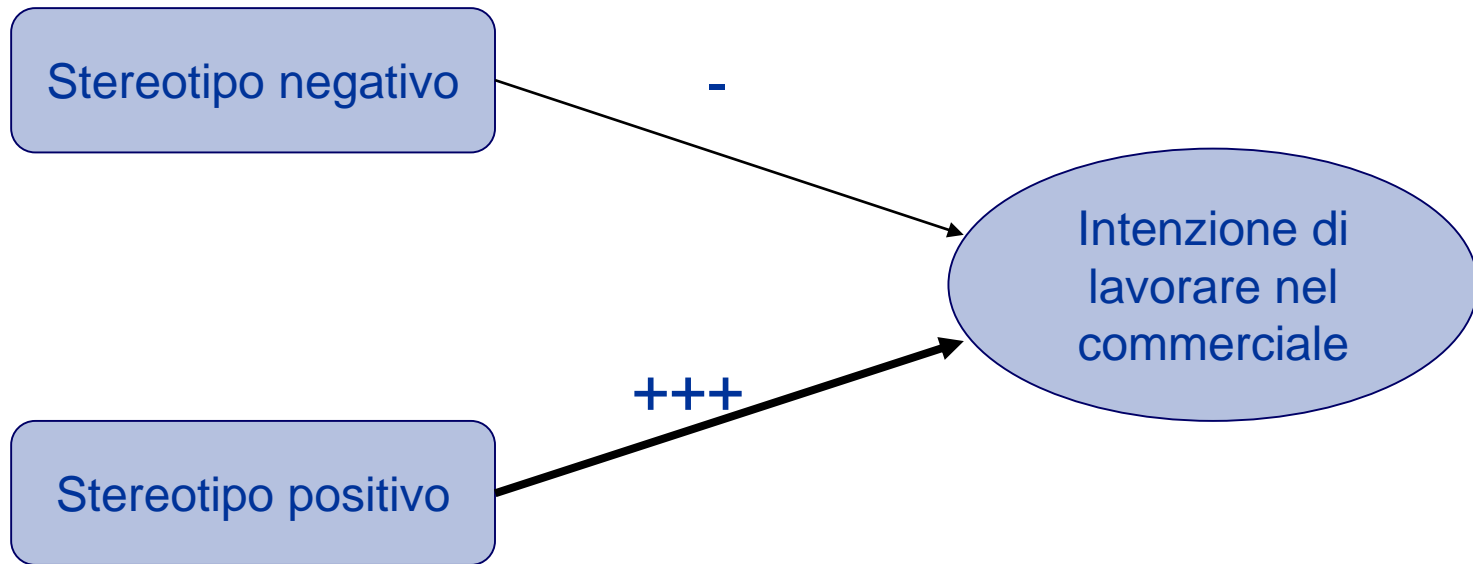
La convinzione che per avere successo nella vendita serva talento aumenta l'intenzione di lavorare nel commerciale



L'intenzione di lavorare nelle vendite cresce all'aumentare della percezione che per avere successo in questo mestiere serva un articolato mix di talenti personali (creatività, capacità di ascolto e comunicazione, motivazione...), ma non è influenzata dalla convinzione che la disonestà sia una precondizione per avere successo



Avere uno stereotipo positivo sui venditori aumenta l'intenzione di lavorare nel commerciale più di quanto la diminuisca uno stereotipo negativo



L'intenzione di lavorare nelle vendite è più alta in coloro i quali hanno uno stereotipo positivo delle figure commerciali in modo molto più forte rispetto a quanto diminuisca in coloro i quali hanno uno stereotipo negativo



Sintesi

1. Gli studenti manifestano una propensione medio-bassa ad avviare una carriera nel commerciale
2. Gli studenti non conoscono bene il mestiere commerciale
3. Il mestiere commerciale è considerato più autonomo, stressante e attraente rispetto ad altre posizioni in azienda
4. Nel complesso, gli studenti percepiscono il lavoro di commerciale abbia una reputazione medio-bassa ma sia interessante soprattutto in termini di varietà, possibilità di crescita ed auto-realizzazione
5. Nell'opinione degli studenti, per avere successo nelle vendite occorre possedere un insieme sfaccettato di talenti (competenza, capacità di ascolto e comunicazione, flessibilità, creatività, motivazione...) ma anche una certa propensione alla manipolazione e alla disonestà
6. Per gli studenti, lo stereotipo positivo sui venditori risulta più pronunciato di quello negativo
7. L'intenzione di lavorare in ambito commerciale aumenta all'aumentare di:
 - ✓ La consapevolezza e la conoscenza di questo lavoro
 - ✓ La percezione sull'appeal e sulla reputazione di questo mestiere
 - ✓ La convinzione che esso, rispetto ad altri ruoli aziendali, sia più gratificante e interessante, e che garantisca maggiore autonomia
 - ✓ La convinzione che per avere successo in ambito commerciale serva possedere molto talento
 - ✓ L'esistenza di uno stereotipo positivo sul venditore tipico
8. La percezione che il mestiere commerciale sia stressante non riduce la propensione a intraprendere una carriera in questo ambito
9. La convinzione che per avere successo in ambito commerciale serva essere manipolatori non è un freno a lavorare in questo contesto
10. L'esistenza di uno stereotipo negativo sul venditore tipico riduce la propensione a lavorare nel commerciale
11. Le percezioni sono in qualche caso diverse fra maschi e femmine, bocconiani e non, e fra chi ha maturato qualche esperienza di vendita e chi no





Le principali variabili emerse dalla ricerca

1. CONSAPEVOLEZZA SUL MESTIERE DI VENDITA

2. FATTORI CRITICI DI SUCCESSO (FCS): Sono emerse due variabili (fra loro non correlate):

- a) FCS Talento (mix di competenza, motivazione, capacità di analisi, ascolto e comunicazione, creatività, flessibilità e adattamento)
- b) FCS Disonestà (propensione a mentire, assenza di scrupoli)

3. CARATTERISTICHE DEL JOB: sono emerse due dimensioni (fra loro positivamente correlate):

- a) Job reputation (chi lavora nelle vendite gode di buona reputazione ed è rispettato)
- b) Job appeal (il commerciale è un mestiere interessante, vario, che permette di crescere ed auto-realizzarsi)

SPECIFICITA': sono emersi tre aspetti (fra loro positivamente correlati):

- a) Stress (è un lavoro più stressante degli altri in azienda)
- b) Autonomia (è un lavoro che garantisce maggiore autonomia decisionale e operativa rispetto ad altri ruoli aziendali)
- c) Appeal (il mestiere di vendita offre maggiori opportunità di crescita, di guadagno e di realizzazione rispetto ad altre professionalità aziendali, è più importante per l'azienda, presuppone maggiore varietà di competenze)

4. STEREOTIPI: ne sono emersi due tipi (fra loro negativamente correlati):

- a) Negativo (venditore = persuasore manipolatorio)
- b) Positivo (venditore = persona tecnicamente preparata e brillante)

5. INTENZIONE DI LAVORARE NELLE VENDITE



SINTESI:

LA VALUTAZIONE SULLE VARIABILI ESAMINATE

Statistiche descrittive

	N	Media
Consapevolezza_SalesJob	351	4,3744
Job_reputation	350	3,9257
Job_appeal	353	5,0350
Specificità_stress	354	4,8150
Specificità_autonomia	350	4,9457
Specificità_appeal	353	4,3014
FCS_disonestà	352	4,7628
FCS_talento	353	5,9759
Intenzione_jobSales	341	3,3954
Stereotipo_negativo	350	4,1510
Stereotipo_positivo	348	4,9626
Numero di casi validi (listwise)	328	

1. Gli studenti dichiarano di avere una conoscenza medio-alta del mestiere di vendita, considerato più autonomo, stressante e attraente rispetto ad altre posizioni in azienda.
2. Nel complesso, gli studenti percepiscono il lavoro di commerciale abbia una reputazione medio-bassa ma sia interessante soprattutto in termini di varietà, possibilità di crescita ed auto-realizzazione.
3. Nell'opinione degli studenti, per avere successo nelle vendite occorre possedere un insieme sfaccettato di talenti (competenza, capacità di ascolto e comunicazione, flessibilità, creatività, motivazione...) ma anche una certa propensione alla manipolazione e alla disonestà.
4. Gli studenti manifestano infine una propensione medio-bassa ad avviare una carriera nel commerciale.
5. Lo stereotipo positivo risulta più pronunciato di quello negativo



Intenzione di lavorare nelle vendite

- Sono molto interessato a fare una carriera professionale nelle vendite
- Voglio lavorare nelle vendite
- Penso che nel mio futuro lavorerò nelle vendite

Tutte le variabili analizzate nella ricerca (inclusa la percezione che il commerciale sia un lavoro più stressante della media) sono positivamente correlate all'intenzione di lavorare nelle vendite.

Le uniche eccezioni sono:

- ✓ l'esistenza di uno stereotipo negativo sul mestiere riduce l'intenzione di lavorare in questo ambito
- ✓ La convinzione che per avere successo nel commerciale serva essere disonesti non ha un impatto significativo sull'intenzione di fare una carriera nelle vendite



Consapevolezza Sales Job

- Ho un'idea chiara di cosa significhi fare il venditore
- So cosa serve per avere successo nelle vendite
- Conosco le opportunità di carriera e sviluppo professionale tipici per chi lavora nelle vendite
- L'Università mi ha preparato ad affrontare il lavoro nelle vendite

Più gli studenti dichiarano di sapere cosa significhi lavorare nel commerciale, migliore è la loro percezione sul mestiere di commerciale e l'appeal di tale mestiere, soprattutto in termini di autonomia e potenzialità di crescita e auto-realizzazione.

Inoltre migliore è la conoscenza del mestiere che essi possiedono, più alta è la probabilità che essi sviluppino stereotipi positivi e manifestino l'intenzione di lavorare nelle vendite



Job reputation

- Il mestiere dei venditori gode di una buona reputazione
- Il mestiere dei venditori permette di essere rispettati

La convinzione che la job reputation dei commerciali sia alta è positivamente correlata all'intenzione di lavorare nel commerciale .

Pensare che il mestiere di venditore goda di buona reputazione è positivamente associato allo sviluppo di stereotipi positivi e all'idea che per avere successo nelle vendite serva possedere talento.

Questa percezione è più sviluppata in coloro i quali hanno un'idea più precisa di cosa significhi lavorare nelle vendite, e ne apprezzano l'autonomia e l'appeal in generale.



Job appeal

- Il mestiere dei venditori è un lavoro di cui si può essere orgogliosi
- Il mestiere dei venditori permette di realizzarsi
- Il mestiere dei venditori è interessante e vario
- Il mestiere dei venditori è eccitante
- Il mestiere dei venditori consente di acquisire competenze importanti per ricoprire altri ruoli in azienda

Chi attribuisce al mestiere di vendita un elevato appeal ne apprezza tutte le specificità (incluso lo stress), sviluppa uno stereotipo positivo e manifesta una maggiore intenzione di lavorare nel commerciale.

Maggiore è l'appeal attribuito al mestiere di vendita, meno si pensa che essere disonesti aiuti ad avere successo, e meno si sviluppano stereotipi negativi

L'appeal aumenta al crescere della consapevolezza sul mestiere.



Specificità: stress

- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore incertezza sui risultati
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore stress

La percezione che il mestiere di vendita sia stressante aumenta l'appeal del lavoro, è associato allo sviluppo di uno stereotipo positivo del venditore e all'idea che per avere successo nelle vendite occorra avere talento, e in definitiva aumenta l'intenzione di avviarsi ad una carriera in ambito commerciale.

La percezione che il mestiere commerciale sia stressante è anche positivamente correlata all'idea che la disonestà serva per avere successo nelle vendite



Specificità: autonomia

- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore autonomia nella scelta dei metodi di lavoro
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore autonomia decisionale

La percezione di autonomia è positivamente correlata a tutte le variabili esaminate, tranne che allo sviluppo di uno stereotipo negativo e alla convinzione che la disonestà sia un fattore critico per il successo nelle vendite (la correlazione con queste due variabili non è significativa, né in positivo né in negativo)



Specificità: appeal

- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore varietà di competenze da possedere
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiore rilevanza per l'azienda
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da superiori opportunità di crescita professionale
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da ricompense monetarie superiori
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato dalla possibilità di applicare quello che ho studiato
- Rispetto alle professioni in altre funzioni aziendali, il mestiere di vendita è caratterizzato da maggiori possibilità di realizzazione personale

La percezione di appeal del mestiere commerciale è positivamente correlata a tutte le variabili esaminate, tranne che allo sviluppo di uno stereotipo negativo e alla convinzione che la disonestà sia un fattore critico per il successo nelle vendite (la correlazione con queste due variabili non è significativa, né in positivo né in negativo)



FCS: talento

- Per avere successo nelle vendite serve essere molto competenti
- Per avere successo nelle vendite serve saper comunicare
- Per avere successo nelle vendite serve avere una grande motivazione
- Per avere successo nelle vendite serve saper ascoltare
- Per avere successo nelle vendite serve essere creativi
- Per avere successo nelle vendite serve avere capacità di analisi
- Per avere successo nelle vendite serve essere flessibili
- Per avere successo nelle vendite serve avere capacità di adattamento

La percezione che per avere successo nelle vendite serva avere talento è positivamente correlata alla maggior parte delle variabili esaminate. Le uniche eccezioni sono:

Tale percezione non aumenta al crescere della consapevolezza su cosa sia il mestiere di vendita

Tale percezione riduce gli stereotipi negativi sui venditori

Tale percezione non influenza (né è influenzata da) l'idea che per avere successo nelle vendite serva essere disonesti



FCS: disonestà

- Per avere successo nelle vendite serve saper mentire
- Per avere successo nelle vendite serve non avere scrupoli

La percezione che per avere successo nelle vendite serva essere disonesti è positivamente correlata allo sviluppo di uno stereotipo negativo sui venditori, e riduce l'appeal del mestiere, anche se non diminuisce l'intenzione di fare una carriera nel commerciale.

Inoltre tale percezione è positivamente correlata all'idea che il mestiere di vendita sia stressante.

Non si riscontrano invece correlazioni significative fra questa percezione e tutte le altre variabili esaminate nella ricerca



Stereotipo negativo

- Il tipico venditore vende cose di cui il cliente non ha bisogno
- Il tipico venditore è meno etico di coloro che lavorano in altre funzioni aziendali
- Il tipico venditore si inventa qualcosa quando non sa dare la risposta

Lo stereotipo negativo sui venditori si sviluppa soprattutto in coloro che pensano che per avere successo nelle vendite occorra essere disonesti, mentre diminuisce in coloro che pensano che il talento sia essenziale per il successo di un commerciale.

Lo stereotipo negativo riduce l'appeal e l'intenzione di sviluppare una carriera in ambito commerciale.

La consapevolezza sul lavoro nelle vendite non riduce la probabilità di esistenza di uno stereotipo negativo



Stereotipo positivo

- Il tipico venditore è una persona molto preparata tecnicamente
- Il tipico venditore è una persona brillante

Il possesso di uno stereotipo positivo sul mestiere commerciale è positivamente correlata a quasi tutte le variabili esaminate, tranne che allo sviluppo di uno stereotipo negativo (che è correlato negativamente) e alla convinzione che la disonestà sia un fattore critico per il successo nelle vendite (la correlazione con questa variabile non è significativa, né in positivo né in negativo)



SINTESI ANALISI CORRELAZIONE

Correlazioni

		Consapevolezza_SalesJob	Job_reputazione	Job_appeal	Specificità_stress	Specificità_autonomia	Specificità_appeal	FCS_disonestà	Intenzione_jobSales	Stereotipo_negativo	FCS_talento	Stereotipo_positivo
Consapevolezza_SalesJob	Correlazione di Pearson	1	,170**	,228**	,073	,128*	,244**	-,016	,327**	-,034	,093	,188**
	Sign. (a due code)		,001	,000	,173	,017	,000	,769	,000	,530	,083	,000
	N	351	348	351	351	347	350	348	338	346	349	345
Job_reputation	Correlazione di Pearson	,170**	1	,457**	,050	,223**	,415**	-,079	,332**	-,077	,187**	,290**
	Sign. (a due code)	,001		,000	,349	,000	,000	,140	,000	,156	,000	,000
	N	348	350	350	349	345	348	347	336	345	348	343
Job_appeal	Correlazione di Pearson	,228**	,457**	1	,216**	,313**	,594**	-,145**	,559**	-,207**	,347**	,460**
	Sign. (a due code)	,000	,000		,000	,000	,000	,007	,000	,000	,000	,000
	N	351	350	353	352	348	351	350	339	348	351	346
Specificità_stress	Correlazione di Pearson	,073	,050	,216**	1	,328**	,414**	,155**	,213**	-,031	,242**	,295**
	Sign. (a due code)	,173	,349	,000		,000	,000	,004	,000	,568	,000	,000
	N	351	349	352	354	350	353	351	341	349	352	347
Specificità_autonomia	Correlazione di Pearson	,128*	,223**	,313**	,328**	1	,437**	,095	,309**	-,035	,263**	,302**
	Sign. (a due code)	,017	,000	,000	,000		,000	,079	,000	,513	,000	,000
	N	347	345	348	350	350	349	347	337	346	348	344
Specificità_appeal	Correlazione di Pearson	,244**	,415**	,594**	,414**	,437**	1	-,016	,549**	-,081	,356**	,490**
	Sign. (a due code)	,000	,000	,000	,000	,000		,763	,000	,131	,000	,000
	N	350	348	351	353	349	353	351	340	348	351	347
FCS_disonestà	Correlazione di Pearson	-,016	-,079	-,145**	,155**	,095	-,016	1	-,047	,430**	-,048	-,005
	Sign. (a due code)	,769	,140	,007	,004	,079	,763		,384	,000	,371	,922
	N	348	347	350	351	347	351	352	339	348	352	347
Intenzione_jobSales	Correlazione di Pearson	,327**	,332**	,559**	,213**	,309**	,549**	-,047	1	-,134*	,289**	,428**
	Sign. (a due code)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,384		,014	,000	,000
	N	338	336	339	341	337	340	339	341	340	340	337
Stereotipo_negativo	Correlazione di Pearson	-,034	-,077	-,207**	-,031	-,035	-,081	,430**	-,134*	1	-,178**	-,137*
	Sign. (a due code)	,530	,156	,000	,568	,513	,131	,000	,014		,001	,011
	N	346	345	348	349	346	348	348	340	350	349	346
FCS_talento	Correlazione di Pearson	,093	,187**	,347**	,242**	,263**	,356**	-,048	,289**	-,178**	1	,383**
	Sign. (a due code)	,083	,000	,000	,000	,000	,000	,371	,000	,001		,000
	N	349	348	351	352	348	351	352	340	349	353	347
Stereotipo_positivo	Correlazione di Pearson	,188**	,290**	,460**	,295**	,302**	,490**	-,005	,428**	-,137*	,383**	1
	Sign. (a due code)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,922	,000	,011	,000	
	N	345	343	346	347	344	347	347	337	346	347	348

** La correlazione è significativa a livello 0,01 (a due code).

* La correlazione è significativa a livello 0,05 (a due code).



L'IMPATTO DELLA CONOSCENZA DEL MESTIERE COMMERCIALE E DELLE PERCEZIONI SULLE SUE CARATTERISTICHE SULL'INTENZIONE DI LAVORARE NELLE VENDITE

Riepilogo del modello

Modello	R	R-quadrato	R-quadrato adattato	Errore std. della stima
1	,598 ^a	,358	,352	1,37878

a. Predittori: (costante), Job_appeal, Consapevolezza_SalesJob, Job_reputation

ANOVA^a

Modello		Somma dei quadrati	gl	Media quadratica	F	Sign.
1	Regressione	350,863	3	116,954	61,522	,000 ^b
	Residuo	629,238	331	1,901		
	Totale	980,101	334			

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

b. Predittori: (costante), Job_appeal, Consapevolezza_SalesJob, Job_reputation

Coefficienti^a

Modello		Coefficienti non standardizzati		Coefficienti standardizzati	t	Sign.	95,0% Intervallo di confidenza per B		Statistiche di collinearità	
		B	Errore std.	Beta			Limite inferiore	Limite superiore	Tolleranza	VIF
1	(Costante)	-2,357	,448		-5,257	,000	-3,239	-1,475		
	Consapevolezza_SalesJob	,330	,078	,195	4,258	,000	,178	,482	,927	1,079
	Job_reputation	,133	,077	,085	1,719	,087	-,019	,284	,792	1,263
	Job_appeal	,755	,080	,473	9,449	,000	,598	,912	,773	1,293

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

L'intenzione di lavorare nelle vendite cresce all'aumentare della conoscenza percepita del mestiere di commerciale e della percezione di attrattività di tale mestiere. La percezione sulla reputazione del lavoro in ambito commerciale ha invece un impatto marginale sull'intenzione di avviarsi verso una carriera nelle vendite



L'impatto delle percezioni sulla specificità del mestiere commerciale sull'intenzione di lavorare nelle vendite

Riepilogo del modello

Modello	R	R-quadrato	R-quadrato adattato	Errore std. della stima
1	,557 ^a	,310	,304	1,42731

a. Predittori: (costante), Specificità_appeal, Specificità_stress, Specificità_autonomia

ANOVA^a

Modello		Somma dei quadrati	gl	Media quadratica	F	Sign.
1	Regressione	304,345	3	101,448	49,797	,000 ^b
	Residuo	676,358	332	2,037		
	Totale	980,704	335			

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

b. Predittori: (costante), Specificità_appeal, Specificità_stress, Specificità_autonomia

Coefficienti^a

Modello		Coefficienti non standardizzati		Coefficienti standardizzati	t	Sign.	95,0% Intervallo di confidenza per B		Statistiche di collinearità	
		B	Errore std.	Beta			Limite inferiore	Limite superiore	Tolleranza	VIF
		1	(Costante)	-1,056						
	Specificità_stress	-,039	,081	-,024	-,475	,635	-,199	,122	,813	1,229
	Specificità_autonomia	,129	,071	,093	1,822	,069	-,010	,269	,795	1,258
	Specificità_appeal	,937	,096	,521	9,778	,000	,748	1,126	,733	1,365

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

L'intenzione di lavorare nelle vendite aumenta significativamente allorché il mestiere è percepito come attrattivo in termini di varietà dei compiti, possibilità di crescita e di auto-realizzazione. La percezione di autonomia del lavoro in ambito commerciale ha un impatto debole sull'intenzione di avviarsi verso una carriera nelle vendite. La percezione del lavoro commerciale come più stressante di altri non influenza invece l'intenzione di lavorare nelle vendite



L'IMPATTO DELLE PERCEZIONI SUI FATTORI CRITICI DI SUCCESSO SULL'INTENZIONE DI LAVORARE NELLE VENDITE

Riepilogo del modello

Modello	R	R-quadrato	R-quadrato adattato	Errore std. della stima
1	,291 ^a	,084	,079	1,64485

a. Predittori: (costante), FCS_talento, FCS_disonestà

ANOVA^a

Modello		Somma dei quadrati	gl	Media quadratica	F	Sign.
1	Regressione	83,872	2	41,936	15,500	,000 ^b
	Residuo	909,063	336	2,706		
	Totale	992,935	338			

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

b. Predittori: (costante), FCS_talento, FCS_disonestà

L'intenzione di lavorare nelle vendite cresce all'aumentare della percezione che per avere successo in questo mestiere serva un articolato mix di talenti personali (creatività, capacità di ascolto e comunicazione, motivazione...), ma non è influenzata dalla convinzione che la disonestà sia una preconditione per avere successo

Coefficienti^a

Modello		Coefficienti non standardizzati		Coefficienti standardizzati	t	Sign.	95,0% Intervallo di confidenza per B		Statistiche di collinearità	
		B	Errore std.	Beta			Limite inferiore	Limite superiore	Tolleranza	VIF
1	(Costante)	-,538	,827		-,651	,515	-2,165	1,088		
	FCS_disonestà	-,037	,063	-,031	-,596	,551	-,161	,086	,997	1,003
	FCS_talento	,690	,126	,287	5,493	,000	,443	,936	,997	1,003

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales



L'IMPATTO DEGLI STEREOTIPI SULL'INTENZIONE DI LAVORARE NELLE VENDITE

Riepilogo del modello

Modello	R	R-quadrato	R-quadrato adattato	Errore std. della stima
1	,435 ^a	,190	,185	1,54341

a. Predittori: (costante), Stereotipo_positivo, Stereotipo_negativo

ANOVA^a

Modello		Somma dei quadrati	gl	Media quadratica	F	Sign.
1	Regressione	185,584	2	92,792	38,954	,000 ^b
	Residuo	793,240	333	2,382		
	Totale	978,823	335			

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

b. Predittori: (costante), Stereotipo_positivo, Stereotipo_negativo

Coefficienti^a

Modello		Coefficienti non standardizzati		Coefficienti standardizzati	t	Sign.	95,0% Intervallo di confidenza per B		Statistiche di collinearità	
		B	Errore std.	Beta			Limite inferiore	Limite superiore	Tolleranza	VIF
1	(Costante)	,775	,552		1,404	,161	-,311	1,861		
	Stereotipo_negativo	-,136	,081	-,083	-1,676	,095	-,296	,024	,981	1,019
	Stereotipo_positivo	,647	,077	,416	8,357	,000	,495	,799	,981	1,019

a. Variabile dipendente: Intenzione_jobSales

L'intenzione di lavorare nelle vendite è più alta in coloro i quali hanno uno stereotipo positivo delle figure commerciali in modo molto più forte rispetto a quanto diminuisca in coloro i quali hanno uno stereotipo negativo

