

Performance per Agente primo trimestre dell'anno

Generato il: 26/07/2026 21:28

Indice dei contenuti

1. Performance per Agente primo trimestre

1. Performance per Agente primo trimestre

Report Performance Agenti di Vendita - Primo Trimestre 2026

1. Fatturato per Agente

Il fatturato complessivo del team nel Q1 2026 si attesta a **1.408.775 euro**, con una media per agente di circa **234.796 euro**. Il confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente (1.130.520 euro totali) mostra una crescita aggregata del **+24,6%**, un segnale positivo per il team nel suo complesso. Tuttavia, la crescita non e' distribuita uniformemente: due agenti registrano una contrazione del fatturato rispetto al Q1 2025, il che merita attenzione.

Ranking per fatturato Q1 2026:

Ranking	Agente	Fatturato Q1	Var % vs Anno Prec
1	Baratti Antonio	344.558 euro	+21,5%
2	Mazzini Giuseppe	334.700 euro	+47,1%
3	Rossi Walter	217.481 euro	+91,8%
4	Verdi Giuseppe	192.211 euro	+56,9%
5	Garibaldi Giuseppe	190.154 euro	-6,1%
6	Rossini Gioacchino	129.671 euro	-28,4%

Baratti Antonio e Mazzini Giuseppe guidano il ranking con fatturati superiori ai 334.000 euro ciascuno, distaccandosi significativamente dagli altri. Rossi Walter merita una menzione particolare: pur posizionandosi al terzo posto in valore assoluto, registra la crescita percentuale piu' alta del team (+91,8% rispetto al Q1 2025), partendo pero' da una base storica molto bassa (113.389 euro nel 2025). All'estremo opposto, Rossini Gioacchino e' l'unico agente con una contrazione marcata (-28,4%), con un fatturato di 129.671 euro che rappresenta il minimo del team. Anche Garibaldi Giuseppe mostra un lieve calo (-6,1%), pur su volumi piu' consistenti.

2. Margini per Agente

Il margine lordo totale generato nel trimestre e' di **423.124 euro**, con un margine medio per agente di circa **70.521 euro** e una marginalita' media del team che si posiziona attorno al **30%**. Due agenti su sei risultano sotto la soglia di allerta per margine: Mazzini Giuseppe (16,1%) e Rossi Walter (16,2%). Entrambi presentano marginalita' inferiori di circa 20 punti percentuali rispetto ai colleghi in linea, un divario che richiede un'analisi delle politiche di sconto e del mix di prodotto/cliente gestito.

Margini per agente:

Agente	Margine euro	Margine %	Alert
Baratti Antonio	140.033	40,6%	In linea
Garibaldi Giuseppe	75.280	39,6%	In linea
Rossini Gioacchino	51.563	39,8%	In linea
Verdi Giuseppe	67.272	35,0%	In linea
Rossi Walter	35.207	16,2%	Sotto media
Mazzini Giuseppe	53.769	16,1%	Sotto media

E' rilevante notare il contrasto tra Mazzini Giuseppe e Baratti Antonio: entrambi si trovano ai vertici del fatturato (rispettivamente 2° e 1° posto), ma con una differenza abissale in termini di marginalita'. Baratti produce il 40,6% di margine a fronte del 16,1% di Mazzini. Questo

squilibrio indica che Mazzini sta probabilmente acquisendo fatturato a condizioni economiche sfavorevoli, forse attraverso scontistiche aggressive o concentrandosi su categorie di prodotto a bassa redditività. Rossi Walter presenta una situazione analoga: la crescita esplosiva del fatturato (+91,8%) non si traduce in margini adeguati, suggerendo una strategia di penetrazione del mercato basata sul prezzo più che sul valore.

Gli agenti con le migliori marginalità - Baratti (40,6%), Rossini (39,8%) e Garibaldi (39,6%) - dimostrano che è possibile mantenere profittabilità elevata indipendentemente dal volume di fatturato gestito.

3. Gestione Clienti

Il team gestisce complessivamente **194 clienti attivi** nel Q1 2026, con una media di circa **32 clienti per agente**. Nel trimestre sono stati acquisiti **29 nuovi clienti** (media di 4,8 per agente), ma si registra un dato preoccupante: i **clienti persi o inattivi ammontano a 89**, quasi tre volte il numero dei nuovi acquisiti. Questo rapporto di 1 a 3 tra acquisizioni e perdite rappresenta il segnale più critico emerso dall'analisi.

Gestione clienti per agente:

Agente	Clienti Attivi	Nuovi Clienti	Clienti Persi	Valore Medio x Cliente
Garibaldi Giuseppe	40	5	17	4.754 euro
Mazzini Giuseppe	35	7	14	9.563 euro
Baratti Antonio	34	5	12	10.134 euro
Verdi Giuseppe	33	5	13	5.825 euro
Rossi Walter	29	4	13	7.499 euro
Rossini Gioacchino	23	3	20	5.638 euro

Il dato piu' allarmante e' quello di **Rossini Gioacchino**: 20 clienti persi a fronte di soli 3 nuovi acquisiti, con il portafoglio piu' ridotto del team (23 clienti attivi). Questo, combinato con il calo del fatturato del -28,4%, delinea un profilo in forte difficolta' che richiede un intervento immediato.

Baratti Antonio esprime il valore medio per cliente piu' alto del team (10.134 euro), indice di un portafoglio di clienti di qualita' e di una gestione commerciale orientata al valore. **Garibaldi Giuseppe**, pur avendo il portafoglio clienti piu' numeroso (40 attivi), presenta il valore medio piu' basso (4.754 euro), segnalando una frammentazione del portafoglio con clienti di piccole dimensioni. Mazzini Giuseppe, nonostante le criticita' sui margini, mostra il maggior numero di nuovi clienti acquisiti (7) e un valore medio cliente elevato (9.563 euro): il problema non e' nella qualita' dei clienti, ma nelle condizioni commerciali applicate.

4. Sintesi e Insight

Top performer

- **Baratti Antonio** e' il profilo di eccellenza del trimestre: primo per fatturato, primo per marginalita' assoluta (140.033 euro), valore medio cliente piu' alto e numero di clienti persi piu' contenuto. Rappresenta il benchmark di riferimento per il team.
- **Mazzini Giuseppe** e' un caso ibrido: secondo per fatturato con una crescita rilevante (+47,1%) e il maggior numero di nuovi clienti acquisiti, ma con una marginalita' critica (16,1%) che ne riduce significativamente il contributo reale all'EBITDA aziendale.

Profili con criticita'

- **Rossini Gioacchino** e' il profilo piu' critico: calo di fatturato marcato (-28,4%), il portafoglio clienti piu' ridotto, il tasso di perdita clienti piu' alto (20) e una marginalita' che, pur tecnicamente "in linea", e' costruita su volumi insufficienti. Richiede un piano di supporto strutturato.
- **Rossi Walter** presenta una crescita di fatturato apparentemente brillante, ma costruita su basi fragili: marginalita' al 16,2%, partenza da un anno precedente molto debole e 13 clienti persi. La crescita va monitorata per verificarne la sostenibilita'.

- **Garibaldi Giuseppe** mostra un calo di fatturato (-6,1%), il portafoglio più numeroso ma con il valore medio più basso e 17 clienti persi. Il portafoglio è probabilmente sovradimensionato rispetto alla capacità di presidio.

Anomalie rilevanti

Il rapporto tra clienti persi (89) e nuovi clienti acquisiti (29) è strutturalmente negativo per l'intero team e non riguarda solo i profili critici. Anche Baratti Antonio, il top performer, ha perso 12 clienti acquisendone 5. Questo trend trasversale suggerisce un problema sistemico di retention che va oltre le performance individuali.

Raccomandazioni operative per il Q2 2026

1. **Avviare un piano di recupero clienti inattivi.** Con 89 clienti persi in un solo trimestre, è prioritario mappare le cause di abbandono (prezzo, servizio, concorrenza) e avviare azioni di riattivazione mirate, almeno sui clienti con storico di acquisto rilevante.
2. **Rivedere la politica di sconti di Mazzini e Rossi.** I due agenti con marginalità sotto il 17% devono essere affiancati nella definizione delle condizioni commerciali. È necessario stabilire soglie minime di margine per ordine e introdurre validazioni per sconti oltre una certa soglia.
3. **Definire un piano di supporto specifico per Rossini Gioacchino.** La combinazione di calo fatturato, perdita massiva di clienti e portafoglio ridotto richiede un intervento dedicato: affiancamento commerciale, revisione del territorio o del segmento assegnato, e obiettivi trimestrali di recupero clienti.
4. **Ottimizzare il portafoglio di Garibaldi Giuseppe.** Con 40 clienti attivi e un valore medio di 4.754 euro, il portafoglio è probabilmente troppo frammentato. È opportuno concentrarsi sui clienti a maggiore potenziale e cedere o trasferire i micro-clienti a canali più adeguati (es. inside sales o e-commerce).
5. **Introdurre KPI di retention come obiettivo trimestrale.** Nessun agente ha attualmente un incentivo esplicito a trattenere i clienti esistenti. Inserire un indicatore di churn nel sistema di valutazione delle performance contribuirebbe a bilanciare la pressione sulla sola

acquisizione di fatturato.

Report generato il 26/07/2026 - Dati riferiti al periodo gennaio-marzo 2026.

Performance per Agente primo trimestre dell'anno — Performance per Agente primo trimestre

Ranking	Agente	Fatturato Q1	Fatturato Q1 Anno Prec	Var % vs Anno Prec	Margine €	Margine %	Alert Margine	Clienti Attivi Q1	Nuovi Clienti	Clienti Persi	Valore Medio x Cliente €
1	Baratti Antonio	344.558	283.484	21,5%	140.033	40,6%	? In linea	34	5	12	10.134
2	Mazzini Giuseppe	334.700	227.554	47,1%	53.769	16,1%	?? Sotto media	35	7	14	9.563
3	Rossi Walter	217.481	113.389	91,8%	35.207	16,2%	?? Sotto media	29	4	13	7.499
4	Verdi Giuseppe	192.211	122.544	56,9%	67.272	35,0%	? In linea	33	5	13	5.825
5	Garibaldi Giuseppe	190.154	202.429	-6,1%	75.280	39,6%	? In linea	40	5	17	4.754
6	Rossini Gioacchino	129.671	181.120	-28,4%	51.563	39,8%	? In linea	23	3	20	5.638

Performance Agenti Q1 2026 — Fatturato, Confronto Anno Precedente e Margine %

