

Descrizione

Lo specialista o la specialista in marketing realizzano studi di mercato a favore di imprese che intendono lanciare nuovi prodotti o servizi, aumentare le vendite o fidelizzare la loro clientela. Pianificano e coordinano gli studi e l'insieme dei principali strumenti di commercializzazione con l'obiettivo di ottimizzare le vendite, proponendo al cliente o alla direzione dell'impresa una strategia commerciale.

Gli specialisti in marketing utilizzano tutte le tecniche, sempre più sofisticate, che mettono le attività economiche in condizione di rispondere con efficacia ai bisogni del mercato.

I loro compiti principali possono essere così descritti:

sviluppare prodotti e servizi

- elaborare con la Direzione piani d'azione che permettano di raccogliere le reazioni della potenziale clientela in rapporto a un nuovo prodotto;
- informarsi in merito alla concorrenza, analizzare e valutare i punti forti che le permettono d'acquisire fette di mercato e le possibilità di accaparrarsene delle parti;
- stabilire il budget, pianificare le tappe della campagna marketing (sondaggi d'opinione, test presso persone rappresentative, questionari), vigilare sul rispetto dei costi e delle scadenze;
- partecipare all'elaborazione di questionari d'inchiesta e protocolli di colloquio, analizzare e interpretare i risultati;
- studiare le aspettative dei clienti servendosi di strumenti statistici e di software specializzato;
- aggiornare e analizzare i dati statistici al fine di realizzare una comunicazione marketing mirata;
- proporre soluzioni e raccomandazioni al responsabile del dipartimento marketing e partecipare alle decisioni sui nuovi orientamenti;

valutare la soddisfazione dei clienti

- seguire e analizzare le reazioni del pubblico nei confronti di un determinato prodotto o servizio e le oscillazioni delle vendite;
- misurare l'efficacia e la redditività di una campagna marketing; tasso di risposta a inchieste, volume delle comande o delle vendite, ecc.;

promuovere i prodotti

- scegliere strategie pubblicitarie e di vendita; elaborare documentazione destinata ai venditori o ai clienti;
- sviluppare strategie che consentano di fidelizzare la clientela;
- organizzare e coordinare le relazioni pubbliche dell'azienda.

Formazione

La formazione si acquisisce parallelamente all'esercizio della professione. La preparazione agli esami federali avviene in genere tramite corsi serali, diurni o settimanali, organizzati dalle associazioni professionali, da scuole e altri enti pubblici e privati; è però anche possibile prepararsi privatamente.

In Ticino, corsi di preparazione agli esami federali vengono organizzati dalla Swiss Management School di Breganzona.

Durata: 1,5 anni per un totale di 370 ore/lezione (due sere per settimana; alcune lezioni si svolgono il sabato).

Materie d'insegnamento: economia aziendale, contabilità, dai fondamenti di diritto alle ricerche di mercato, strategia di marketing, distribuzione, vendita e promozione vendite, comunicazione integrata, relazioni pubbliche, gestione eventi e tecniche di presentazione, comunicazione cross-mediale, coordinazione con specialisti esterni, pianificazione di campagne digitali, analisi di mercato, consapevolezza del proprio ruolo, conoscenza delle tecniche di lavoro efficaci.

Al termine della formazione, superati gli esami finali, si ottiene l'attestato professionale federale (APF) di
SPECIALISTA IN MARKETING

(Regolamento federale d'esame del 19 settembre 2008)

Requisiti

Ammissione all'esame professionale federale

- attestato federale di capacità (AFC) almeno triennale o diploma di una scuola di commercio riconosciuta o maturità o attestato professionale federale o diploma SUP o master universitario + 2 anni di pratica professionale nel marketing, nella vendita, nella comunicazione o nelle relazioni pubbliche
- in mancanza dei titoli citati, pratica professionale di almeno 3 anni nel marketing, nella vendita, nella comunicazione o nelle relazioni pubbliche, giudicata equivalente dalla Commissione d'esame

Attitudini richieste

Per esercitare questa professione sono richieste attitudini quali:

- Senso commerciale
- Capacità di analisi
- Attitudine a lavorare in gruppo
- Attitudine a negoziare
- Facilità redazionale
- Facilità per le lingue
- Aspetto curato

Condizioni di lavoro

Gli specialisti in marketing hanno posizioni di quadro nei settori della commercializzazione. Lavorano nell'ambito di uno staff, con i capi di vendita e i capi di marketing. La loro attività si situa al centro di una rete di relazioni che comprende diversi partner e attori del settore economico.

Nelle aziende commerciali e industriali, come pure nelle aziende di servizio, fanno parte degli staff di gestione, allo stesso titolo dei responsabili della produzione, del personale e delle finanze.

Possono lavorare nell'ambito di uffici commerciali indipendenti, che offrono alle singole aziende ricerche di marketing, consigli, oppure anche la realizzazione completa di una campagna commerciale.

Perfezionamento

- corsi e seminari di perfezionamento professionale (pubblicità, comunicazione, economia, management ecc.) proposti da vari enti e istituti;
- riunioni, conferenze e dibattiti dedicati al marketing, nell'ambito della formazione professionale permanente;
- congressi e simposi pubblici, giornate del marketing;
- esame per conseguire l'attestato professionale federale (APF) di specialista della comunicazione;
- esame professionale superiore (EPS) per conseguire il diploma federale di capo/a di marketing dipl. o di capo/a di vendita dipl.;
- corsi post-diploma presso SUP e università (CAS - DAS - MAS).

Altre offerte di formazione continua su:

<http://www.orientamento.ch/perfezionamento>

Professioni affini

- Capo di marketing dipl. (EPS)/Capa di marketing dipl. (EPS)
- Capo delle vendite dipl. (EPS)/Capa delle vendite dipl. (EPS)
- Consulente in relazioni pubbliche (EPS)/Consulente in relazioni pubbliche (EPS)
- Specialista in vendita (APF)/Specialista in vendita (APF)
- Specialista della comunicazione (APF)/Specialista della comunicazione (APF)
- Specialista in relazioni pubbliche (APF)/Specialista in relazioni pubbliche (APF)

Indirizzi

Swiss Management School Sagl
Via Leoni 18
6932 Breganzona
Telefono: 091 743 03 40
<http://www.sms-edu.ch>

Swiss Marketing
Binzmühlenstrasse 170d
8050 Zurigo 50
Telefono: 044 914 44 44
<https://www.swissmarketing.ch/ita/start>

Swiss Marketing Ticino
Via Linoleum 7
6512 Giubiasco
Telefono: 091 850 05 45
<https://www.swissmarketing.ch/club/ticino/ticino>