

Descrizione

Il marketing manager e la marketing manager sono responsabili della direzione di progetti di marketing. Definiscono le strategie e ne pianificano l'attuazione al fine di orientare le attività di un'azienda secondo le tendenze di mercato e i bisogni dei consumatori. Questi professionisti dirigono dei team e conducono delle negoziazioni con partner commerciali e altri specialisti, come ad esempio i responsabili delle vendite.

Le loro attività principali possono essere così descritte:

Analisi

- realizzare studi di mercato, individuare le tendenze e analizzarle;
- sviluppare e valutare indicatori e cifre chiave per monitorare le reazioni del pubblico e l'evoluzione delle vendite: numero di ordini, durata di permanenza su un sito internet, numero di nuovi abbonati, ecc.;
- verificare se i prodotti dell'azienda rispondono alle aspettative del mercato e dei consumatori, ad esempio analizzandone il ciclo di vita;
- stabilire un budget per le campagne di marketing;
- analizzare i processi di produzione, fornitura e logistica, elaborare proposte di ottimizzazione;

Marketing

- definire strategie di marketing sulla base delle differenti analisi effettuate;
- scegliere i media più appropriati per lanciare una campagna di marketing: TV, radio, carta stampata, siti internet, social media, ecc.;
- elaborare e mettere in pratica dei piani di marketing in collaborazione con la direzione delle vendite;
- supervisionare la realizzazione dei piani di marketing e mettere in atto misure adeguate in caso di mancato raggiungimento degli obiettivi;
- misurare l'efficacia e la redditività di una campagna di marketing: tasso di risposta a un sondaggio, volume di ordini o vendite, articoli pubblicati sulla stampa, ecc.;

Gestione e comunicazione

- gestire un team e supervisionare il personale;
- motivare gli investimenti di fronte alla direzione;
- fornire consulenza ai professionisti dei media e agli addetti alle pubbliche relazioni riguardo a questioni legali concernenti il marketing: diritto d'autore, diritto di design, diritto dei media, ecc.;
- condurre trattative con altri professionisti dell'azienda (distribuzione, gestione delle vendite, pubbliche relazioni, ecc.) e partner commerciali.

Formazione

La formazione si acquisisce presso una scuola specializzata superiore (SSS).

Durata: da 2 a 3 anni, parallelamente all'attività professionale (a seconda delle scuole).

N.B.: la formazione può essere abbreviata di un anno per coloro che possiedono un attestato federale di specialista in marketing (APF) o specialista in vendita (APF).

Luogo: diversi luoghi di formazione della Svizzera tedesca e romanda: www.orientamento.ch/scuole.

Contenuto (a titolo indicativo)

- marketing;
- gestione della relazione con il cliente (Customer-Relationship-Management) e vendita;
- comunicazione;
- modelli di business e di sviluppo;
- risorse umane (HR), organizzazione e gestione;
- finanziamento/investimenti/contabilità;
- gestione delle innovazioni e del progetto;
- QAS (Qualità - Ambiente - Sicurezza);
- gestione della catena di fornitura (Supply Chain Management);
- rilevazione e analisi dei dati;
- capacità linguistica, inglese B2;
- diritto e compliance (conformità);
- economia politica.

Al termine della formazione, superati gli esami finali, si ottiene il diploma di

MARKTING MANAGER SSS

titolo riconosciuto dalla Confederazione.

Requisiti

- attestato federale di capacità (AFC) di impiegato/a di commercio, di impiegato/a del commercio al dettaglio o di mediamatico/a.

Inoltre, per tutti i titoli menzionati:

- attività professionale almeno al 70% in una professione affine al marketing o alla vendita;
- oppure attività professionale almeno al 50% e minimo 2 anni di esperienza di lavoro con una percentuale pari ad almeno l'80%.

N.B.: l'ammissione su dossier è possibile per i candidati titolari di un altro AFC, di una maturità professionale, specializzata o liceale o di un diploma di una scuola specializzata che abbiano almeno 2 anni d'esperienza professionale in un impiego all'80% nel campo del marketing o della vendita.

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
- Senso della comunicazione
- Facilità per le lingue

Condizioni di lavoro

I marketing manager e le marketing manager occupano posizioni dirigenziali nei dipartimenti marketing di grandi o medie imprese. Lavorano in team, dirigono i collaboratori e hanno numerosi contatti con i partner commerciali, con i quali comunicano in inglese o in altre lingue straniere. Inoltre collaborano regolarmente con i professionisti della distribuzione, della gestione delle vendite, dei media e delle pubbliche relazioni. Gli orari di lavoro sono generalmente regolari ma i ritmi possono diventare frenetici per rispettare le scadenze.

Questi professionisti sono delle figure molto richieste sul mercato del lavoro e hanno quindi delle buone prospettive di carriera. Nelle piccole e medie imprese possono collaborare all'interno di un dipartimento che raggruppa le attività di marketing, vendita e pubblicità. Possono inoltre essere impiegati da agenzie indipendenti che offrono alle aziende studi, consulenze o realizzazioni di campagne commerciali complete. Nell'ambito della loro crescita professionale, i marketing manager hanno la possibilità di diventare direttori di marketing, dirigenti d'azienda, consulenti indipendenti, ecc.

Perfezionamento

- corsi, seminari o incontri proposti dalle organizzazioni del mondo del lavoro;
- esame professionale superiore (EPS) per ottenere il diploma federale di capo del marketing;
- scuola universitaria professionale (SUP) per conseguire un bachelor in economia aziendale o in Business Communication;
- certificate of Advanced Studies (CAS) in gestione aziendale;
- master of Advanced Studies (MAS) in Marketing Management, in Business Communication o in Marketing and Business Development;

Altre offerte di formazione continua su::

www.orientamento.ch/perfezionamento

Professioni affini

- Capo delle vendite EPS/Capo delle vendite EPS
- Capo di marketing dipl. (EPS)/Capo di marketing dipl. (EPS)
- Economista aziendale SSS/Economista aziendale SSS
- Specialista in marketing (APF)/Specialista in marketing (APF)
- Specialista in vendita (APF)/Specialista in vendita (APF)

Indirizzi

hfmk.ch
Verband der eidg. anerkannten Höheren
Fachschulen für Marketing und Kommunikation
8004 Zurigo
<https://www.hfmk.ch/>

Swiss Marketing
Langwiesstrasse 30
8050 Zurigo 50
Telefono: 044 914 44 44
<http://www.swissmarketing.ch/it/>

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