

Descrizione

L'ideatore e redattore di testi e l'ideatrice e redattrice di testi creano testi per la comunicazione aziendale, il marketing, la pubblicità o la vendita. Scrivono slogan, brochure, sinossi di spot pubblicitari, flyer, ecc. e presentano in modo accattivante i prodotti e i servizi dei propri clienti (aziende o privati). I loro testi si adattano a diversi media e pubblici target al fine di suscitare l'interesse dei consumatori.

Le loro attività principali possono essere così descritte:

Sviluppo dei concetti di comunicazione

- ricevere un briefing interno o esterno, analizzare la richiesta del cliente (tempi, budget, condizioni quadro, tecnologie, ecc.)
- effettuare ricerche sul pubblico target e sul prodotto o servizio in questione: caratteristiche, studi di mercato, analisi concorrenziale, ecc.
- sviluppare un concetto pubblicitario o una strategia di comunicazione: definire gli obiettivi, il pubblico target, il messaggio da trasmettere, ecc.
- collaborare alla scelta dei canali pubblicitari e di comunicazione più adatti al pubblico target e adattarli: pubblicità sui media (affissioni, annunci, spot cinematografici, radiofonici o televisivi, ecc.) e fuori dai media tradizionali (concorsi, marketing diretto, contenuti per siti web e social media, eventi, fiere o attività di sponsorizzazione)
- presentare la strategia al cliente e pianificarne la messa in atto

Redazione e ideazione

- redigere testi chiari, precisi e concisi per catturare l'attenzione e suscitare l'interesse del pubblico target
- adattare un testo ai diversi pubblici target e canali di comunicazione (manifesti, annunci, volantini, siti web, social media, ecc.)
- trovare la formulazione, il vocabolario, il tono e lo stile più adatti al concetto pubblicitario, nonché definire un linguaggio visivo e creare frasi d'impatto: titoli, headline, slogan, ecc.
- considerare gli aspetti legati al posizionamento SEO per migliorare la visibilità di un sito web nei risultati dei motori di ricerca, selezionando parole chiave, titoli, ecc.
- ricercare e utilizzare software per creare bozze di immagini, video e contenuti audio, verificandone la pertinenza, i diritti d'uso e i possibili rischi
- le attività possono coprire tutti i settori della comunicazione: elaborazione di un concetto di titoli (headlines) per manifesti pubblicitari; redazione di un piano di comunicazione per i social media; redazione di una sceneggiatura per un film; scrittura di uno spot radiofonico; creazione di uno storyboard per un video; ecc.

Gestione e monitoraggio del progetto

- gestire e supervisionare l'implementazione dei progetti, garantendo una diffusione ottimizzata del messaggio, nonché valutare i canali di comunicazione, i pubblici target, le proposte testuali e grafiche, verificandone la coerenza con il concept pubblicitario
- sviluppare idee di comunicazione e concetti creativi, analizzarli, perfezionarli, tenere conto dei feedback ricevuti, impiegare tecnologie adeguate, valutare i risultati, finalizzare i concetti e i testi, nonché formulare raccomandazioni
- garantire il rispetto delle norme vigenti, come la legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI) e il diritto d'autore

Formazione

La formazione si acquisisce parallelamente all'esercizio della professione.

Durata: da 1 a 1,5 anni

Luogo: Camorino (TI)

Maggiori informazioni sulla formazione a Camorino: www.orientamento.ch/scuole oppure kairos-academy.ch

Contenuti dell'esame:

- redazione di testi creativi
- ortografia, grammatica, punteggiatura
- redazione
- lavoro di progetto: sviluppare un concetto orientato alla pratica
- fondamenti di marketing e strumenti di comunicazione
- ricerca e diritto

Altre offerte di formazione in

Svizzera: www.orientamento.ch/scuole

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

IDEATORE E REDATTORE DI TESTI o
IDEATRICE E REDATTRICE DI TESTI

Requisiti

Ammissione all'esame professionale federale:

Con un diploma nel settore:

- attestato federale di capacità (AFC) di impiegato/a di commercio, di mediamatico/a, nel settore della grafica o della vendita
- oppure diploma di una scuola di commercio
- oppure attestato professionale federale (APF), esame professionale superiore (EPS), diploma di una scuola specializzata superiore (SSS) o di una scuola universitaria nel settore commerciale, della comunicazione, della pubblicità, delle pubbliche relazioni, del marketing o della vendita

Inoltre, per tutti i titoli menzionati:

- minimo 2 anni di pratica professionale nel settore della pubblicità, della comunicazione, delle pubbliche relazioni, della grafica, del giornalismo, del marketing o della vendita

Senza diploma nel settore:

- certificato federale di formazione pratica (CFP), attestato federale di capacità (AFC), certificato di scuola specializzata, maturità liceale, professionale o specializzata oppure titolo giudicato equivalente
- minimo 3 anni di pratica professionale nei settori interessati

Attitudini richieste

Per esercitare questa professione sono richieste attitudini quali:

- Facilità redazionale
- Creatività e immaginazione
- Senso della comunicazione
- Spirito d'iniziativa
- Attitudine a lavorare in gruppo
- Attitudine a negoziare
- Senso commerciale

Condizioni di lavoro

Gli ideatori e redattori di testi e le ideatrici e redattrici di testi lavorano nelle agenzie pubblicitarie, di marketing e di comunicazione. Possono anche esercitare la loro professione all'interno del reparto marketing di un'azienda di medie o grandi dimensioni, oppure in piccole aziende dove godono di maggiore autonomia. Possono inoltre lavorare autonomamente come freelance. Collaborano con grafici, specialisti della comunicazione e del marketing e, a seconda dei casi, con traduttori, correttori di bozze o giuristi. I loro orari di lavoro possono essere a volte irregolari e frenetici per poter rispettare le scadenze.

Dopo qualche anno d'esperienza, questi professionisti e queste professioniste possono diventare direttori creativi o direttrici creative, capi di un servizio di marketing o creare la propria agenzia.

L'evoluzione tecnologica e il moltiplicarsi di nuovi media digitali aprono molte opportunità di carriera e richiedono una formazione continua.

Perfezionamento

- corsi di formazione continua organizzati dalle associazioni professionali
- esame professionale superiore (EPS) per ottenere il diploma federale di capo del marketing, responsabile della comunicazione o capo delle vendite
- scuola universitaria professionale (SUP) per conseguire il bachelor in comunicazione aziendale
- formazioni post-diploma (CAS, DAS o MAS) nel campo della comunicazione o del marketing
- ecc.

Altre offerte di formazione continua su:

www.orientamento.ch/perfezionamento

Professioni affini

- Capo del marketing EPS/Capo del marketing EPS
- Marketing Manager SSS/Marketing Manager SSS
- Responsabile della comunicazione EPS/Responsabile della comunicazione EPS
- Specialista in marketing (APF)/Specialista in marketing (APF)
- Specialista in vendita (APF)/Specialista in vendita (APF)

Indirizzi

KAIROS Academy of Art & Science Ltd.
Ai Portègh 2
6994 Aranno
<https://kairos-academy.ch/it/>

Trägerverein eidg. Fachausweis Konzepter:in und
Texter:in
Lisa Steger
Leitung Prüfungsorganisation
Lächenstrasse 20
8247 Flurlingen
Telefono: +41 79 64 260 64
<https://www.texterin-texter.ch>