

Il profilo professionale specialisti in marketing

Gli specialisti in marketing lavorano in tutti i settori, analizzano costantemente il mercato, ideano e pianificano attività di marketing e le attuano autonomamente o con l'aiuto di specialisti. Il loro campo di attività si estende a tutti i tipi di merci commercializzate e a tutti gli strumenti di marketing. Supportano la direzione marketing nello svolgimento dei propri compiti o gestiscono autonomamente un segmento del settore del marketing, ad esempio nel marketing digitale o nel product management. Svolgono un'importante funzione di interfaccia tra tutti i gruppi di interesse coinvolti nel processo di creazione del valore aggiunto e i clienti.

Le principali competenze operative professionali

Gli specialisti in marketing sono in grado di:

- allestire piani a partire dagli obiettivi di marketing;
- porsi obiettivi sensati nei piani allestiti, ricavare strategie, definire le misure necessarie nel quadro del budget e controllarle adeguatamente;
- realizzare una pianificazione integrata e crossmediale basata su tutti gli strumenti di comunicazione, ponderando i singoli strumenti secondo gli obiettivi;
- attuare in maniera giuridicamente corretta le misure pianificate e collaborare con specialisti esterni;
- coprire il settore del marketing digitale concettualmente e operativamente;
- pianificare campagne digitali e utilizzare sistematicamente gli strumenti e i canali necessari per farlo;
- elaborare i propri compiti in modo interdisciplinare;
- raccogliere e analizzare informazioni sulla situazione del mercato con i diversi operatori di mercato e trarre da esse le giuste conclusioni;
- pianificare e realizzare le prestazioni di mercato, inclusa l'elaborazione dell'offerta e dei prezzi, assicurare costantemente la qualità e apportare modifiche laddove necessario;
- pianificare, interconnettere, impiegare e controllare i singoli strumenti della comunicazione;
- strutturare la distribuzione operativa, stringere le opportune collaborazioni e ottimizzare costantemente i processi di distribuzione;
- raccogliere informazioni e conoscenze e strutturare il proprio lavoro in modo efficiente e mirato avvalendosi di tecniche di lavoro appropriate, competenze metodiche, know-how nel campo della gestione dei progetti e della rete di contatti sia interna che esterna all'azienda.