

Capo del marketing EPS

Capo del marketing EPS

Marketing

Stampa, carta

Comunicazione, media

Veicoli

Il capo e la capo del marketing sono quadri superiori nel settore della commercializzazione e fanno parte del personale dirigente di un'azienda. Partecipano alla scelta degli obiettivi commerciali e delle strategie di marketing aziendale, orientando le attività di un'azienda in funzione delle tendenze del mercato e delle aspettative dei consumatori, e preparano la commercializzazione di un prodotto o di un servizio. Sono quindi gli specialisti di marketing al più alto livello della gerarchia, con compiti che si indirizzano verso gli studi di mercato e la realizzazione di progetti.

Attività



Sono quindi gli specialisti di marketing al più alto livello della gerarchia. I loro compiti si indirizzano verso gli studi di mercato e la realizzazione di progetti. In particolare:

- raccolgono dati e informazioni sui potenziali consumatori; classificano la clientela secondo categorie specifiche (età, sesso, appartenenza sociale, capacità finanziaria, ecc.)
- aggiornano i dati, affinano la categorizzazione dei consumatori per realizzare una comunicazione marketing mirata e diretta
- identificano il comportamento dei consumatori attraverso inchieste sulle intenzioni di acquisto, studi e sondaggi di opinione effettuati da istituti specializzati e sulla base di informazioni fornite dai rappresentanti o dai venditori;
- analizzano la domanda dei clienti con l'aiuto di strumenti statistici e informatici, tenendo conto dei prezzi, dei cicli stagionali e degli eventi (feste, manifestazioni sportive o culturali, ecc.)
- seguono indirettamente le attività della concorrenza attraverso i media, le banche dati specializzate, le campagne di marketing, i test su prodotti, le emissioni radio o televisione
- utilizzano le loro conoscenze in economia, in diritto e in statistica per osservare, analizzare e scegliere i mercati (accesso a nuovi mercati, espansione, canali di distribuzione, clientela-tipo, ecc.)
- stabiliscono un capitolato per ogni prodotto da promuovere
- calcolano i costi e i prezzi, stabiliscono il budget, supervisionano l'elaborazione e la realizzazione di concetti di marketing, fanno rispettare le scadenze
- scelgono i mezzi di comunicazione più appropriati (televisione, radio, stampa, internet, ecc.) per lanciare una campagna di marketing e ne valutano effetti, vantaggi e svantaggi
- contattano categorie particolari di consumatori per corrispondenza, posta elettronica, fax o altri mezzi, per informarli, convincerli, fidelizzarli
- creano condizioni logistiche appropriate (personale, trasporti, equipaggiamenti necessari per la realizzazione degli obiettivi) e un assetto commerciale adeguato allo sviluppo delle attività di marketing
- misurano l'efficacia e la redditività di una campagna di marketing: tasso di risposta a un'inchiesta, volume delle comande o delle vendite, articoli di stampa, ecc.

Condizioni di lavoro

I capi e le cape del marketing lavorano in aziende commerciali e industriali, formano uno staff con i capivendita e i tecnici di marketing, nel quale generalmente occupano la posizione gerarchicamente più elevata.

Hanno pure la possibilità di lavorare in uffici di consulenza o in studi di ricerca indipendenti che propongono alle singole aziende ricerche di mercato, consulenze varie o perfino la realizzazione completa di un'operazione commerciale.

Attitudini e interessi

Attitudini

- Attitudine a dirigere e a gestire un team
- Attitudine a negoziare
- Capacità di analisi
- Disponibilità
- Capacità di sintesi
- Abilità redazionale
- Attitudine per le lingue
- Senso commerciale

Formazione

Questa formazione è generalmente modulare e si acquisisce parallelamente all'esercizio della professione. Le condizioni di ammissione figurano nel regolamento d'esame della SEFRI.

Formazione continua

- corsi, seminari, conferenze e dibattiti dedicati al marketing, alla comunicazione, all'economia, alla pubblicità organizzati da vari istituti pubblici e privati;
- diploma di scuola superiore specializzata (SSS) in economia aziendale;
- scuola universitaria professionale per conseguire il bachelor SUP in amministrazione pubblica;
- corsi post-laurea per l'ottenimento di diplomi o master of advanced studies (DAS o MAS) in settori affini come in gestione dei servizi, economia aziendale, gestione delle imprese, ecc.;
- possibilità di assumere funzioni dirigenziali all'interno dell'azienda.

Altre offerte di formazione continua su:

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

[BASE_URL/http://www.orientamento.ch/perfezionamento](#)

Professioni simili

Professione

Professione

Capo delle vendite EPS

<https://www.orientation.ch/fr/it/professionioni/capo-delle-vendite-eps>

Responsabile della comunicazione EPS / Responsabile della comunicazione EPS

<https://www.orientation.ch/fr/it/professionioni/responsabile-della-comunicazione-eps-responsabile-della-comunicazione-eps>

Ulteriori informazioni

Numero Swissdoc

0.612.6.0

Link utili

Swiss Marketing

[BASE_URL/http://www.swissmarketing.ch/it/](http://www.swissmarketing.ch/it/)

Suxxess.org AG

<https://www.suxxess.org>

Vendita svizzera

[BASE_URL/http://www.verkaufschweiz.ch](http://www.verkaufschweiz.ch)

Basi legali

<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/show/84673?lang=it>