



Account

Dove e come lavora

L'Account è una delle figure cardine nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione. Si inserisce nel Reparto Commerciale in agenzie di qualsiasi dimensione all'interno del quale opera, principalmente come dipendente ma anche come libero professionista, sotto le direttive e la supervisione dell'Account Director.

Cosa fa

L'Account si occupa di creare, gestire e mantenere i contatti con l'azienda cliente. È, quindi, la figura professionale che si occupa di raccogliere e interpretare le richieste del cliente, di fornire preventivi, di impostare la strategia comunicativa di base (brief) sulla quale lo Strategic Planner e il gruppo creativo comincerà a lavorare e, quindi, di trasferire le indicazioni del cliente al gruppo di lavoro al fine di sviluppare un piano di comunicazione preciso, coerente e fattibile. Di base, è il referente/l'interfaccia tra il cliente e l'agenzia per cui lavora. In particolare, l'Account partecipa al briefing (incontro in cui il cliente espone le proprie esigenze comunicative e in cui si definisce il progetto da realizzare), analizza i bisogni comunicativi e/o pubblicitari del cliente, identifica insieme al cliente gli obiettivi da raggiungere attraverso la campagna pubblicitaria/di comunicazione. Espone, quindi, al gruppo di lavoro dell'agenzia (Copywriter, Art Director, Graphic Designer, Web Developer, Social Media Specialist, ecc.) ciò che è emerso dall'analisi dei bisogni del cliente, analizza e studia ricerche di mercato (effettuate dal cliente stesso o dall'agenzia) utili a comprendere il settore in cui opera il cliente, idea insieme al gruppo di lavoro una o più proposte da presentare al cliente, elabora un piano di comunicazione assieme allo Strategic Planner e al Creative Director, definendo obiettivi, target di riferimento, fasi di lavoro, risorse necessarie, tempistiche e budget. Controlla, infine, l'andamento e la qualità del lavoro, verifica il risultato finale e lo presenta al cliente.

L'Account, oltre che con i clienti, si relaziona con l'Amministrazione per la gestione dei preventivi, dei contratti e del budget e, in generale, con tutti i reparti dell'agenzia per trasferire le richieste del cliente, per sviluppare il piano di comunicazione e per monitorare le tempistiche.

Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un laureato in Comunicazione, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, in Scienze dello spettacolo e produzione multimediale, in Lettere, in Filosofia, in Scienze Politiche e in Economia, ma anche da un diplomato presso un istituto professionali in ambito comunicazione o in ambito economico/marketing.

Competenze tecniche

L'Account deve possedere buone conoscenze delle teorie e delle tecniche pubblicitarie e, più in generale, della comunicazione veicolata sfruttando sia i media classici (televisione, radio, cinema, affissioni, quotidiani e periodici) che i nuovi media (web e social). In particolare, deve conoscere in modo approfondito il mercato di riferimento, le tecniche di comunicazione usate e i servizi offerti dall'agenzia in cui opera. Deve, inoltre,



possedere buone conoscenze di marketing, di economia (budgeting), di psicologia della comunicazione, di comunicazione d'impresa e, infine, deve conoscere la normativa sulle attività di comunicazione e pubblicità.

Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore generico, non dovendo usare software particolari se non gli applicativi del pacchetto Office, oltreché la conoscenza della lingua inglese, soprattutto se l'agenzia lavora con clienti esteri o a progetti di respiro internazionale.

Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine alla relazione con i clienti, al lavoro di gruppo e al problem solving. In particolare, deve saper capire le richieste del cliente e, quindi, saperle trasferire al personale che opera nell'agenzia. Deve, inoltre, essere una persona molto precisa, con una mentalità analitica, ma comunque flessibile mentalmente e creativa. Infine, deve essere disponibile a viaggiare e a lavorare fuori orario.

Note

L'Account non è solo un venditore di servizi e prodotti, bensì un esperto di comunicazione in grado, non solo di interagire con la clientela interpretandone le esigenze, ma anche di progettare una propria strategia di comunicazione e di coordinare la collaborazione di tutti i reparti dell'agenzia facendo in modo che vengano rispettati i tempi di realizzazione ed i costi.

Nelle agenzie più strutturate è possibile trovare la figura dell'Account distinta tra Junior e Senior le cui differenze sono legate principalmente all'esperienza maturata nella posizione; di conseguenza, l'Account Junior si occupa dei clienti più "piccoli", mentre l'Account Senior si occupa dei clienti più importanti e della ricerca di nuovi.

Un'ulteriore distinzione che si può trovare è quella tra l'Account New Business e l'Account Executive le cui differenze sono legate, oltre all'esperienza maturata nella posizione, al fatto che l'Account New Business si occupa di ricercare nuovi clienti e di gestire la prima commessa, mentre l'Account Executive si occupa di gestire le relazioni e, quindi, le commesse con i clienti già acquisiti.

Spesso, comunque, soprattutto nelle agenzie più piccole, le figure dell'Account Senior e dell'Account New Business coincidono con quella dell'Account Director.

Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 24/2017 "Attività e professionalità nel settore della pubblicità e della comunicazione d'impresa in Veneto".