



## Responsabile/Addetto Marketing e Comunicazione

### Dove e come lavora

Il Responsabile Marketing e Comunicazione si inserisce nell'Area Commerciale e, nello specifico, nell'Ufficio Marketing e Comunicazione di aziende che operano in qualsiasi settore economico e di qualsiasi dimensione, tuttavia in quelle più piccole, solitamente, gli stessi compiti vengono svolti direttamente dal Responsabile Commerciale.

### Cosa fa

Il Responsabile Marketing e Comunicazione effettua analisi del mercato servito e dei mercati potenziali, in termini di rilevazione dei bisogni dei clienti/distributori e dei consumatori, seguendo l'evoluzione della domanda ed i comportamenti dei competitor, effettua analisi sui flussi delle vendite, sulla quota di mercato e sul grado di soddisfazione dei consumatori/clienti. Idea, sviluppa e gestisce, inoltre, campagne di comunicazione e promozione rivolte ai clienti/distributori e ai consumatori, individua le migliori politiche di sviluppo aziendale, promuove e tutela i marchi registrati o, comunque, di proprietà dell'azienda, organizza e gestisce i contenuti del sito internet aziendale e tutta la comunicazione veicolata tramite i social media. Infine, nelle aziende manifatturiere, coordina e monitora l'attività di ideazione e sviluppo del packaging dei prodotti.

### Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un laureato in Economia, Statistica, Scienze della Comunicazione o in Scienze Politiche.

### Competenze tecniche

Il Responsabile Marketing e Comunicazione deve possedere ottime conoscenze in materia di conduzione e realizzazione di studi di mercato, di marketing strategico ed operativo, di gestione e pianificazione di attività di promozione e comunicazione, anche con riferimento ad eventi quali fiere ed esposizioni, oltreché ottime conoscenze e capacità in materia di comunicazione. Deve, inoltre, possedere buone capacità di identificazione ed organizzazione di fonti documentali e canali informativi, capacità strumentali di accesso a fonti informative formali (pubblicistica) ed informali (relazioni), oltreché capacità di predisporre reportistica e documentazione ad uso interno (supporto alla presa di decisioni strategiche ed operative) ed esterno (verso i clienti serviti e potenziali). Infine, deve possedere conoscenze di base sulle caratteristiche dei prodotti/servizi commercializzati dall'azienda, oltreché dei cicli e dei processi produttivi.

### Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore esperto, dovendo gestire autonomamente i sistemi software dedicati alla raccolta, all'elaborazione, alla classificazione, alla redazione e alla diffusione delle informazioni, oltreché la conoscenza della lingua inglese.



## **Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità**

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine alle relazioni interpersonali, al lavoro di gruppo, oltreché a scrivere relazioni e a presentare le proprie idee in pubblico. Deve, infine, essere una persona molto precisa e fantasiosa.

### **Note**

Nelle aziende più strutturate, al di sotto di tale figura professionale è possibile trovare la figura dell'Addetto Marketing e Comunicazione nel qual caso il Responsabile svolge prevalentemente mansioni di coordinamento e supervisione, mentre le attività operative spettano agli addetti. È anche possibile trovare più Responsabili, ciascuno responsabile di una specifica attività (Responsabile Marketing di Prodotto o Marketing Strategico, Responsabile Comunicazione e Web, Responsabile Fiere ed Eventi), al di sotto dei quali operano gli addetti alle specifiche attività. Inoltre, nelle aziende manifatturiere si può trovare anche la figura del Grafico che si occupa dell'ideazione e dello sviluppo del packaging dei prodotti.