

Il trend positivo (nel 2013 +100% rispetto all'anno precedente) si conferma anche nel 2014

1/2

Il marketing diventa strategico

Cresce la richiesta di esperti in pianificazione e analisi

I profili più richiesti	
Figura professionale	Mansione
Product manager	Si occupa di pianificare e coordinare le attività di marketing (caratteristiche, definizione dei prezzi, distribuzione, promozione ecc.) relative a un brand, un prodotto o a una linea di prodotti
Marketing manager	Si occupa di ricercare, condividere, analizzare i dati relativi al consumo e al settore per proporre, applicare e tradurre operativamente tutte quelle strategie che porteranno l'azienda stessa al successo

Pagina a cura
DI ROBERT HASSAN

Aumentano le richieste di product manager e di marketing manager. L'attenzione al marketing, inteso come attività di definizione strategica del prodotto o categoria di prodotto o brand, è quindi in crescita in questi ultimi anni. È in atto infatti una riorganizzazione di uffici di product marketing manager per le diverse categorie di prodotto in cui è strutturata la società, cercando di portare all'interno le competenze tecniche e attitudine commerciale. Il trend di queste richieste, secondo un'analisi di **Technical Hunters**, società di head hunting, era in atto già dalla fine del 2012, ma si è consolidato ultimamente ed è previsto in crescita anche in prospettiva. In particolare nel 2013 il trend è ulteriormente cresciuto del 100% rispetto l'anno precedente e la situazione si è consolidata nel primo semestre del 2014.

Il product manager si occupa di pianificare e coordinare le attività di marketing (caratteristiche, definizione dei prezzi, distribuzione, promozione ecc.) relative a un brand, un prodotto o a una linea di prodotti. Il marketing manager è invece una figura professionale che all'interno di una azienda si occupa di ricercare, condividere, analizzare i dati relativi al consumo e al settore per proporre, applicare e tradurre operativamente tutte quelle strategie che porteranno

l'azienda stessa al successo. Le figure inerenti al marketing studiano quindi il mercato, analizzando trend e settore, canali e dinamiche di mercato. La loro attività è legata a un presidio del territorio di riferimento, sia nazionale o internazionale, fondato sull'analisi di ogni variabile legata al consumo.

«Questi due ruoli presidiano il territorio affiancando il commerciale e traendo dai dati legati ai consumi dei trend idee per pianificare attività innovative che pos-

sano incrementare le quote di mercato», spiega Paola Marchesi, manager di **Sales Hunters**, divisione di **Technical Hunters**. «Il marketing manager ha competenze strategico-decisionali e allo stesso tempo svolge un'attività operativa di analisi del territorio e del mercato di riferimento. Il marketing strategico non riguarda solo il business to consumer, negli ultimi tre anni infatti il b2b ha attinto competenze dal b2c per comprendere come meglio posizionarsi sul mer-

cato e quali leve muovere per migliorare i propri risultati. Attualmente la divisione **Sales Hunters**, focalizzata su progetti sales e marketing, ha in atto processi di ricerca e selezione di professionalità a partire dai tre anni di esperienza, con retribuzione lorda annua dai 35.000 € in poi, fino ad arrivare alla funzioni gestionali, attorno agli 80.000 €. Abitualmente i candidati selezionati hanno una formazione universitaria in ambito economico o ingegneristico, esperienza in ambito di mercato affine per tipologie di canali più che di prodotto specifico e approccio flessibile di interazione sia con uffici tecnici, produttivi e R&D, sia commerciali. Come per tutto l'ambito vendite e marketing, l'attenzione è volta anche all'internazionale. La conoscenza dell'inglese quindi deve essere fluente e la disponibilità alla trasferte è un elemento necessario per ricoprire questi ruoli», conclude Paola Marchesi.

— © Riproduzione riservata —

