

Direttore Marketing

FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale

Il direttore del marketing è la figura che, all'interno di un'azienda, coordina le attività di tutti coloro che operano nel settore marketing, occupandosi dei metodi, delle tecniche e degli strumenti per la gestione strategica e operativa della vita dei prodotti e dei servizi propri di una azienda.

Attraverso i risultati delle indagini di mercato il direttore marketing è in grado di individuare le tendenze del mercato, di analizzare i bisogni e le risposte dei consumatori, di prevedere - per quanto possibile - gli esiti di una determinata operazione commerciale. Attraverso l'analisi e la valutazione dei dati raccolti, il direttore marketing può verificare il successo di un'iniziativa e, nell'eventualità di un insuccesso, cercare di comprendere le cause che l'hanno determinato. Il direttore marketing programma gli obiettivi commerciali ed è responsabile della messa a punto delle strategie volte al loro raggiungimento.

La missione della direzione marketing è quella di creare le condizioni per ampliare la clientela ed aumentare il fatturato, agendo sui fattori del prezzo, del prodotto, della distribuzione e della comunicazione, nonché quella di mantenere i clienti esistenti.

CONOSCENZE E COMPETENZE

Il direttore marketing deve conoscere bene il mondo della comunicazione, quello commerciale e quello produttivo, deve inoltre avere una solida cultura economica e finanziaria e saper interpretare i mutamenti del mercato. E' scontata la conoscenza approfondita dei prodotti o dei servizi di cui si occupa.

Le competenze previste per questo ruolo sono: familiarità con i metodi statistico-informatici per il trattamento dei dati; nozioni di economia aziendale e di diritto commerciale; cognizioni approfondite di strategia, pianificazione, direzione ed organizzazione; ottima conoscenza di almeno una lingua straniera; solida cultura nell'ambito delle tecniche di comunicazione. Requisiti trasversali che il direttore marketing deve possedere sono poi costituiti da ottime capacità comunicative; forte attitudine al problem solving; abilità nel gestire le risorse umane a propria disposizione; attitudine al lavoro di gruppo.

CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

Si perviene a questa carica intorno ai 35-40 anni, dopo aver maturato esperienze significative nella funzione marketing.

Le previsioni occupazionali per quanti desiderano intraprendere questa strada sembrano incoraggianti: la figura del Direttore marketing, è infatti attualmente assai richiesta in un mercato sempre più orientato alla comunicazione e al customer care