

Esperto Di Marketing Operativo

FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale

L'esperto di marketing operativo è colui che si occupa dei concreti aspetti operativi relativi alla gestione dei prodotti/servizi dell'azienda presso i clienti, sulla base delle strategie e delle visioni globali definite dall'organizzazione. L'esperto di marketing operativo ha la funzione di ricercare la combinazione più efficace e più efficiente delle quattro leve del marketing:

Il prodotto/servizio perfettamente in sintonia con quanto richiesto e atteso dal cliente finale;

Il giusto livello di prezzo individuato in base alla struttura interna dell'impresa e all'ambiente esterno;

La scelta del canale di distribuzione quale valida interfaccia tra il produttore e il consumatore;

La realizzazione di campagne di promozione opportunamente mirate per poter comunicare al target di riferimento l'esistenza del prodotto/servizio, le sue caratteristiche e sollecitarlo ad acquistarlo

L'esperto di marketing gode di poteri decisionali, gestisce un proprio budget e risponde dei risultati, oltre che dell'organizzazione, di una struttura dotata di proprie risorse.

CONOSCENZE E COMPETENZE^[1]

All'esperto di marketing operativo è richiesta una conoscenza approfondita delle tecniche del marketing ma anche una visione "strategica" della disciplina. Deve essere capace cioè di definire obiettivi e politiche, di programmare ed organizzare risorse, di gestire il budget. Egli dovrà inoltre essere in grado di coordinare un gruppo e di interagire con le eventuali agenzie pubblicitarie esterne.

Sotto il profilo tecnico sono necessarie ottime capacità di analisi, anche statistica, del mercato e del comportamento dei consumatori. Dovrà inoltre possedere capacità comunicative, essere in grado di organizzare il proprio lavoro e adoperare correntemente i principali strumenti informatici.

CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

Normalmente il percorso professionale inizia con la figura di analista marketing junior per giungere col tempo a quella di esperto di marketing operativo. Questo percorso può proseguire con l'assunzione del ruolo di direttore di marketing strategico, dopo una consistente esperienza professionale nel marketing operativo.

La figura è considerata in crescita in funzione delle sempre nuove politiche di marketing necessarie alle aziende per poter risultare competitive in un mercato sempre più saturo. Per il futuro si prevede la creazione di società specializzate nel marketing finanziario, che forniranno un ulteriore sbocco per gli esperti di questa disciplina.

^[1] Fonte: www.isfol.it