

Product Manager

FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale e in ingegneria gestionale

Il product manager è colui che gestisce un prodotto o una linea di prodotti, coordinandone tutte le fasi, dalla progettazione alla vendita.

E' una delle figure professionali più consolidate nell'ambito del marketing. I product manager operano prevalentemente nel settore dei beni di consumo e il loro compito è sviluppare idee innovative sui prodotti, esaminare i risultati delle indagini di mercato per scoprire eventuali lacune settoriali e trasformare le idee in prototipi commerciabili, in collaborazione con la divisione di produzione.

Il product manager è oggi la figura cui un numero sempre maggiore di aziende si affida per il successo di un prodotto specifico.

Generalmente, i product manager appartengono alla funzione marketing e rispondono a un direttore marketing o di product management. Spesso non hanno persone alle proprie dipendenze, ma in alcune aziende di grandi dimensioni hanno alcuni assistenti e godono anche di autorità su alcuni dipendenti di funzione. I compiti di un product manager quindi possono essere così riassunti:

- Eseguire l'analisi quantitativa e qualitativa di mercato sul prodotto: studiare le richieste e le preferenze del consumatore relativamente allo stesso prodotto offerto dalla concorrenza o a prodotti affini;
- Misurare l'impatto delle soluzioni ideate (redditività, soddisfazione del cliente, ecc) e apportare eventuali misure correttive;
- Monitorare il ciclo di vita del prodotto;
- Occuparsi dello studio della presentazione e della confezione del prodotto;
- Verificare l'esistenza di brevetti legati direttamente o indirettamente al prodotto e occuparsi di eventuali vincoli legali connessi alla produzione dello stesso;
- Pianificare il lancio di nuovi prodotti;
- Occuparsi o collaborare all'ideazione, alla pianificazione e all'esecuzione di campagne pubblicitarie e di promozione;
- Occuparsi della stesura di rapporti per la direzione.

CONOSCENZE E COMPETENZE^[1]

Il product manager conosce le tecniche del marketing, del visual merchandising e dell'analisi statistica. Egli possiede inoltre competenze specialistiche nelle tecniche di vendita e nelle strategie commerciali.

Deve conoscere le caratteristiche dei prodotti di cui si occupa; conosce in modo approfondito gli strumenti di analisi della domanda, anche al fine di impostare le strategie di posizionamento del prodotto e del marchio.

Gli sono richieste notevoli competenze e capacità per essere in grado di determinare e gestire i budget, contribuire alla definizione degli obiettivi commerciali, organizzare e

supervisionare il lavoro dell'intero staff che cura il o i suoi prodotti di sua competenza.

È aperto alle innovazioni e attento alle oscillazioni della domanda, sa lavorare per obiettivi e possiede una grande capacità di analisi. È fondamentale, per ricoprire questo ruolo, la conoscenza delle lingue straniere.

CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

Il PM all'interno del proprio percorso professionale può aspirare ad assumere il ruolo di direttore commerciale o di direttore marketing, assumendo la responsabilità di più linee di prodotti.

La necessità imposta dal mercato di differenziare i prodotti, in linea con i cambiamenti dei gusti del cliente, spinge il sistema delle imprese a concentrare le proprie politiche industriali sull'innovazione. L'estrema variabilità della domanda e la richiesta di originalità prodotti e dei servizi inducono le aziende a progettare in modo sempre più differenziato. Il product manager risponde a queste esigenze e risulta essere una delle figure più richieste dal mercato.

^[1] Fonte : www.isfol.it