

Scheda Manager n. 6

MARKETING MANAGER

Il marketing è la chiave per il successo dell'Impresa JA. È compito del Marketing Manager assicurarsi che:

- I clienti acquistino i prodotti/servizi dell'Impresa JA
- L'Impresa JA tragga profitto dalla vendita di prodotti/servizi

Un Marketing Manager è consapevole che i clienti acquistano solo i prodotti/servizi che rispondono a un bisogno (espresso o latente), che danno concreti benefici o che permettono di trarre dall'investimento un profitto adeguato.

L'IMPORTANZA DEL TUO RUOLO NELL'IMPRESA JA

Come Marketing Manager dell'Impresa JA devi:

- Condurre ricerche di mercato e indagini sui consumi
- Identificare buoni mercati e definire le caratteristiche dei prodotti/servizi richiesti
- Concordare le valutazioni dei costi dei prodotti, far aumentare i profitti decidendo con gli altri Manager la strategia di volume/prezzo
- Decidere con il Manager delle Vendite e il Manager Comunicazione & IT la strategia per entrare nel mercato, per pubblicizzare il prodotto/servizio e renderlo accessibile
- Promuovere il prodotto/servizio
- Definire, valutare e aggiornare le strategie di marketing
- Concordare le previsioni di vendita
- Monitorare la soddisfazione del cliente

LE ABILITÀ DA SVILUPPARE

Il tuo ruolo di Marketing Manager dell'Impresa JA ti richiede di sviluppare le seguenti abilità:

- Intuito creativo: individuare le opportunità, sviluppare idee e strategie innovative, usare forme e materiali in maniera creativa
- Capacità di analisi
- Capacità di pianificazione
- Capacità di coordinamento
- Saper motivare ed entusiasmare il gruppo
- Mantenere un atteggiamento positivo
- Comunicare con facilità

• IL TIPO DI IMPRESA JA DA REALIZZARE

È importante che tu e i tuoi compagni condividiate la mission dell'Impresa JA. All'avvio dell'Impresa JA dovete fissare chiaramente gli obiettivi sulla base dei seguenti criteri:

- Soddisfazione del cliente
- Gestione efficiente delle risorse
- Attenzione all'ambiente e alla società
- Redditività
- Qualità

Cercate di gestire l'Impresa JA in modo innovativo, cercando costantemente opportunità di miglioramento continuo e risoluzione dei problemi.

I COMPITI DEL MARKETING MANAGER

Per cominciare...

Ricerche di mercato

Rifletti sul tipo di prodotto/servizio che l'Impresa JA ha deciso di realizzare. Definisci il target, cioè le persone che comprerebbero il vostro prodotto/servizio. Consulta, se esiste, qualche pubblicazione sul vostro target che ti aiuti a definire la strategia di marketing.

Prepara un questionario per identificare nel dettaglio i bisogni dei vostri potenziali clienti, considerando, in particolare, le loro preferenze in merito alle 4P del marketing: Prodotto, Prezzo, Promozione, Punto vendita. Il questionario deve essere un documento sintetico, che non richieda grandi perdite di tempo per essere compilato e che sia realmente efficace nel fornirti le informazioni che ti occorrono nel tempo più breve.

A partire dai risultati della ricerca di mercato, individua i punti di forza e le aree di debolezza della vostra Impresa JA. Valuta tutte le opportunità che vi si offrono e i rischi che potreste incontrare:

- Punti di forza – che cosa siamo in grado di fare bene
- Aree di debolezza – che cosa non sappiamo fare bene e quali sono i problemi che potrebbero nascere
- Opportunità – quali opportunità di mercato ci vengono offerte
- Rischi – quali imprevisti negativi possono insorgere se le valutazioni non sono accurate

Definizione della strategia

A partire dai risultati della ricerca e dalla tua analisi, prepara un rapporto sulle possibili strategie di marketing da presentare al Consiglio di Amministrazione che ne deciderà l'approvazione. Il rapporto deve contenere le seguenti sezioni:

- Prodotto – una descrizione dettagliata di come il prodotto/servizio risponda ai bisogni del cliente, che comprende informazioni sulle funzionalità, il design, l'immagine, il packaging, la qualità e l'impatto sull'ambiente
- Prezzo – una descrizione delle modalità con le quali avete stabilito il prezzo e le condizioni commerciali (modalità e tempi degli incassi)

- Promozione – le modalità di lancio del prodotto/servizio, con l'indicazione dei possibili servizi pubblicitari gratuiti (stampa e radio/tv locali, eventi scolastici, manifestazioni locali...) o a basso costo (manifesti, volantini, sito Web...)
- Punto vendita – i canali di offerta

Impiega inoltre tutti i dati in tuo possesso per stilare una previsione delle vendite e dei costi di produzione. Lavora con il Manager delle Vendite e il Manager di Produzione per pianificare e definire il budget.

Nel corso delle attività...

Redazione di rapporti

Durante le riunioni settimanali ti sarà richiesto di illustrare i risultati delle vendite e le informazioni aggiornate sui vostri target. Devi inoltre redigere un rapporto dettagliato da presentare durante le riunioni mensili del Consiglio di Amministrazione.

Valutazione della strategia

Riesamina regolarmente la strategia di marketing:

- Il prodotto/servizio è apprezzato dal mercato obiettivo?
- Potrebbe essere venduto anche in altri mercati?
- Il prezzo è adeguato?
- Il prodotto/servizio è ben conosciuto dal cliente?
- Le strategie promozionali sono efficaci?

In collaborazione con il Manager delle Vendite, puoi svolgere una nuova ricerca di mercato per conoscere le reazioni dei clienti.

Sostegno alle vendite

Lavora a stretto contatto con il Manager delle Vendite. Aiuta gli addetti alle vendite e incoraggia i loro sforzi. Pensa a come smaltire i prodotti invenduti. Consultati con il Manager Comunicazione & IT e individuate insieme opportune possibilità di visibilità attraverso la promozione ai media o l'implementazione di una campagna pubblicitaria. Individua strategie di mercato innovative.

Verso l'ultima fase...

Rapporto finale

Per l'Assemblea Generale Annuale devi presentare un rapporto sulla tua esperienza in qualità di Marketing Manager che sarà inserito nel Rapporto Annuale dell'Impresa JA. Consulta il Manuale di Gestione per maggiori informazioni sull'Assemblea Generale Annuale e il Rapporto Annuale dell'Impresa JA.