Tecnico del marketing

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Sardegna

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix)

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto commerciale-marketing	Campania
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia
Tecnico commerciale - marketing	Lazio
Tecnico del marketing	Liguria
PRODUCT MANAGER	Lombardia
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

INAPP
ISTITUTO NAZIONALE PER L'ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	2	X	X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	2	X	X
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	2	X	X
Tecnico del marketing	Liguria	2	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	2	X	X
Tecnico del marketing	Piemonte	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing	Sicilia	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	2	X	X
Tecnico del marketing operativo	Umbria	2	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico del marketing	Basilicata	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Calabria	1	X	
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	1	X	
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1		X
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1		X
Tecnico delle attività di marketing	Marche	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Puglia	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Toscana	1	X	
Tecnico del marketing turistico	Umbria	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE E PRODOTTI ITTICI	Friuli Venezia Giulia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI	Friuli Venezia Giulia	0		
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	0		
SPECIALISTA SEO (SEO SPECIALIST)	Lombardia	0		
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	0		
JUNIOR ASSISTANT MANAGER / MANAGERIN - JAM	Provincia autonoma di Bolzano	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	0		
Tecnico del marketing	Sardegna	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana	0		

Competenze

Titolo: Analisi del mercato di riferimento

Descrizione: Raccogliere informazioni strutturate su fattori di mercato e comportamenti di consumo propri dello scenario di riferimento anche avvalendosi dei servizi delle agenzie che si occupano di ricerche di mercato

Attività associate alla Competenza

Titolo: Valutazione dell'andamento di mercato dei propri prodotti/servizi

Descrizione: Compiere una attenta valutazione del mercato dei propri prodotti/servizi, elaborando conseguenti decisioni di sviluppo del business

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Tecniche per la qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori
Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità)
Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto
Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica
Tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction
Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto

ABILITÀ/CAPACITÀ

Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti
Presentare alla direzione dati significativi e proposte di sviluppo del business
Presentare alla direzione dati significativi e proposte di sviluppo del business
Monitorare l'andamento delle vendite della concorrenza
Svolgere e coordinare ricerche sulla soddisfazione dei clienti
Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti
Svolgere e coordinare ricerche sulla soddisfazione dei clienti

Titolo: Configurazione di un'offerta di prodotti/servizi

Descrizione: Configurare un'offerta di prodotto/servizio definita nelle sue connotazioni essenziali che risponda alle caratteristiche e domande del target di clienti identificato ed agli obiettivi di profitto fissati, interagendo con la direzione strategica aziendale

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

CONOSCENZE

Qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori
Metodologie e strumenti di benchmarking per configurare l'offerta di prodotti/servizi
Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità)
Teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda settori, mercati posizionamento strategico vantaggio competitivo targeting e segmentation marketing management, marketing operativo
Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica

ABILITÀ/CAPACITÀ

Identificare le caratteristiche specifiche (in termini di domande, gusti, propensioni) del target di cliente

Identificare gli obiettivi di profitto fissati dalla direzione aziendale
Identificare le modalità con le quali tali domande possono essere soddisfatte
Definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio coerenti con le attese del cliente e con gli obiettivi aziendali
Comparare le performance dei prodotti/servizi attuali con la qualità attesa dal target cliente

Titolo: Posizionamento del prodotto/servizio all'interno del segmento di mercato identificato

Descrizione: Definire la posizione del prodotto/servizio, sia dal punto di vista della politica di prezzi che dei canali distributivi, in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate, interagendo con la funzione vendite/commerciale

Attività associate alla Competenza

Titolo: Coordinamento delle operazioni di lancio e vendita del prodotto/servizio

Descrizione: Coordinare le operazioni di lancio e vendita del prodotto/servizio, progettando campagne pubblicitarie, partecipando a manifestazioni e fiere commerciali e collaborando con le agenzie di pubblicità

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio

Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.
Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)
Sviluppo e definizione del packaging

CONOSCENZE

Qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori
Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale
Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità)

ABILITÀ/CAPACITÀ

Elaborare la presentazione del prodotto/servizio e concepire modelli e strutture espositive per il display standard e promozionale dei prodotti/servizi offerti, utilizzando tecniche di trade marketing
Programmare e coordinare attività promozionali e pubblicitarie
Pianificare la comunicazione aziendale in relazione ai prodotti/servizi di propria competenza

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
70.22.09	Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale
73.20.00	Ricerche di mercato e sondaggi di opinione

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved