

SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)

 **SETTORE 24. Area comune**

REPERTORIO - Lombardia

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 | 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

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 | Friuli Venezia Giulia | 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 | | |
| MARKETING DIGITALE OPERATIVO | Friuli Venezia Giulia | 0 | | |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-------------------------------|------------|-----|-----|
| Tecnico esperto nella gestione aziendale | Lazio | 0 | | |
| SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST) | Lombardia | 0 | | |
| SPECIALISTA SEO (SEO 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 | | |

ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali

Tabelle di equivalenza AdA

| | |
|--|----------------|
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE | Emilia-Romagna |
| Account | Liguria |
| RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI | Lombardia |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | Lombardia |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Puglia |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Puglia |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Toscana |

Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane

Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|-----------------------|------------|-----|-----|
| TECNICO ORGANIZZAZIONE EVENTI | Abruzzo | 2 | X | X |
| TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE | Abruzzo | 2 | X | X |
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Abruzzo | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Calabria | 2 | X | X |
| RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER | Calabria | 2 | X | X |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali | Campania | 2 | X | X |
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE | Emilia-Romagna | 2 | X | X |
| ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONGRESSI | Friuli Venezia Giulia | 2 | X | X |
| Consulente di immagine e comunicazione moda (Fashion styling and communication advisor) | Lazio | 2 | X | X |
| Tecnico della comunicazione | Lazio | 2 | X | X |
| Account | Liguria | 2 | X | X |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-------------------|-----------------------|------------|------------|
| ESSERE IN GRADO DI GESTIRE LE ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MARKETING | Liguria | 2 | X | X |
| Addetto ufficio stampa | Liguria | 2 | X | X |
| EFFETTUARE LA GESTIONE DEL SISTEMA DI INFORMAZIONE DI UN SERVIZIO PUBBLICO | Lombardia | 2 | X | X |
| RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire attività di Lead Generation | Lombardia | 2 | X | X |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | Lombardia | 2 | X | X |
| ORGANIZZATORE DI EVENTI | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire le attività di social media marketing | Lombardia | 2 | X | X |
| COMUNICATORE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI | Lombardia | 2 | X | X |
| RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI FUND RAISING | Lombardia | 2 | X | X |
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Lombardia | 2 | X | X |
| RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire attività di comunicazione aziendale | Lombardia | 2 | X | X |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|------------------------------|---------------|-----|-----|
| COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| Tecnico della comunicazione-informazione | Molise | 2 | X | X |
| Digital marketing specialist | Provincia Autonoma di Trento | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Puglia | 2 | X | X |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Puglia | 2 | X | X |
| Tecnico specializzato in marketing - Comunicazione | Sicilia | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Toscana | 2 | X | X |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI | Veneto | 2 | X | X |

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|------------|---------------|-----|-----|
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Calabria | 1 | X | |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-----------------------|------------|-----|----------|
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Calabria | 1 | X | |
| MARKETING DIGITALE OPERATIVO | Friuli Venezia Giulia | 1 | | X |
| SOCIAL MARKETING OPERATIVO | Friuli Venezia Giulia | 1 | | X |
| ESPERTO GESTIONE AREA RISORSE UMANE | Lombardia | 1 | X | |
| SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST) | Lombardia | 1 | | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Puglia | 1 | X | |
| Operatore per le relazioni con il pubblico | Sardegna | 1 | | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Toscana | 1 | X | |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Toscana | 1 | X | |
| ESPERTO DI FUNDRAISING | Veneto | 1 | X | |
| Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA | | | | |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|------------|------------|-----|-----|
| Social media manager | Campania | 0 | | |
| Tecnico dell'organizzazione del lavoro, della gestione del cambiamento, della comunicazione aziendale e dei piani retributivi | Puglia | 0 | | |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA | Veneto | 0 | | |

Competenze

Titolo: Pianificare una strategia SEM coerente con gli obiettivi aziendali

Descrizione: Pianificare una strategia SEM coerente con gli obiettivi aziendali

Obiettivo: Pianificare una strategia SEM coerente con gli obiettivi aziendali

Attività associate alla Competenza

Attività 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 marketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)

Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Attività dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla

base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget
Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione
Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche
Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

CONOSCENZE

Strategie di marketing
Criteri di determinazione delle keyword
Strumenti per l'impostazione delle campagne SEM
Criteri di definizione di canali, mezzi, target e KPI idonei agli obiettivi identificati
Motori di ricerca

ABILITÀ/CAPACITÀ

Elaborare una strategia di marketing conforme agli obiettivi aziendali
Utilizzare strumenti per Individuare le keyword rilevanti per l'azienda
Identificare strategie di link building
Applicare tecniche di piani di promozione SEM

Titolo: Implementare le campagne SEM

Descrizione: Implementare le campagne SEM

Obiettivo: Implementare le campagne SEM

Attività associate alla Competenza

Attività 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 marketing, 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

Attività dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget

Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione

Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche

Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

Risultato atteso:RA2: Organizzare le iniziative promozionali, coordinando le attività di predisposizione e diffusione dei materiali informativi e curando i rapporti con i mezzi di informazione

Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale

Cura dei rapporti con i mezzi di informazione

Organizzazione di iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, sponsorizzazioni, ecc.)

CONOSCENZE

Criteri per impostare campagne SEM per i principali motori di ricerca

Link building

Piattaforme social

Teorie di remarketing

Algoritmi dei motori di ricerca
Criteri di definizione di campagne Pay Per Click (PPC)
Google adwords
Linguaggio HTML

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche per campagne sulle keyword per i motori di ricerca
Applicare tecniche per impostare le campagne Search e Display
Utilizzare strumenti per elaborare landing page
Realizzare campagne di remarketing sulla base della profilazione degli utenti

Titolo: Analizzare i risultati ottenuti dalle campagne di web marketing

Descrizione: Analizzare i risultati ottenuti dalle campagne di web marketing

Obiettivo: Analizzare i risultati ottenuti dalle campagne di web marketing

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget

Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione

Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche

Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

CONOSCENZE

Google analytics
Google adwords
Google Search Console
Criteri di definizione dei KPI
Analisi delle keyword

Tool per la valutazione SEO

Analisi delle performance e tempi di risposta di un sito web

ABILITÀ/CAPACITÀ

Utilizzare strumenti per monitorare l'andamento delle campagne

Applicare tecniche di redazione di report di valutazione di attività

Applicare tecniche per identificare i KPI per monitorare una strategia SEM

Utilizzare strumenti di elaborazione di dati

Utilizzare strumenti di presentazione dei dati

Codici ISTAT CP2021 associati

| Codice | Titolo |
|-----------|-----------------------------------|
| 3.3.3.5.0 | Tecnici del marketing |
| 3.3.3.6.2 | Tecnici delle pubbliche relazioni |

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 |
| 70.21.00 | Pubbliche relazioni e comunicazione |
| 73.11.01 | Ideazione di campagne pubblicitarie |
| 73.11.02 | Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari |
| 73.12.00 | Attività delle concessionarie pubblicitarie |

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved