

Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione

 **SETTORE 24. [Area comune](#)**

REPERTORIO - Puglia

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 specializzato in marketing	Piemonte
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 del marketing	Basilicata	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 DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE E PRODOTTI ITTICI	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
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	2	X	X
Tecnico specializzato in 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 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	
Tecnico delle attività di marketing	Marche	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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 del marketing	Sardegna	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 esperto nella gestione aziendale	Lazio	0		
SPECIALISTA SEO (SEO SPECIALIST)	Lombardia	0		
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	0		
SVILUPPO DEL PIANO OPERATIVO DI MARKETING PER IL MERCATO INTERNAZIONALE (AUSARBEITUNG VON STRATEGIEN UND ENTWICKLUNG DES OPERATIONELLEN MARKETINGPALNS FÜR DEN INTERNATIONALEN MARKT)	Provincia autonoma di Bolzano	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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	
Tecnico della comunicazione-informazione			Lazio	
Account			Liguria	
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)			Lombardia	
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI			Lombardia	
Tecnico specializzato in marketing - Comunicazione e social media			Piemonte	
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	
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane			Toscana	
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione			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
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	2	X	X
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	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
Tecnico della comunicazione-informazione	Lazio	2	X	X
Addetto ufficio stampa	Liguria	2	X	X
Account	Liguria	2	X	X
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia	2	X	X
ORGANIZZATORE DI EVENTI	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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
COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE	Lombardia	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
Tecnico della comunicazione-informazione	Molise	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico specializzato in marketing - Comunicazione e social media	Piemonte	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
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	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	
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	
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		

Competenze

Titolo: analisi di mercato e delle richieste del cliente (analisi di fattibilità e produttività)

Obiettivo: raccogliere i dati significativi, dal mercato di riferimento e dalle informazioni fornite dal cliente, per elaborare la proposta di un piano di comunicazione

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

linguaggi di comunicazione necessari a valutare le scelte ottimali dei canali di diffusione del messaggio promozionale
principi di web marketing per la progettazione delle attività promozionali sui

canali telematici
tecniche di analisi e gestione dell'immagine e della marca per la definizione e la costruzioni di loghi e marchi
tecniche di comunicazione per la gestione delle attività operative previste nel piano e per la gestione del personale coinvolto
tecniche di gestione delle pubbliche relazioni per l'acquisizione e la gestione della clientela
tecniche di marketing per la progettazione e la pianificazione del piano di comunicazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

analizzare i prodotti concorrenti e le relative tecniche di comunicazione, per valutare le tipologie di comunicazione e il loro grado di efficacia
interpretare i comportamenti del consumatore, valutando, mediante opportune informazioni e analisi, le caratteristiche dei destinatari e il loro grado di esigenza, le loro abitudini e costumi, al fine di individuare i fattori di persuasione e di attrazione sui quali agire
interpretare il mercato e le sue tendenze, attuali e in prospettiva, per progettare la strategia di comunicazione e di diffusione dell'agenzia
sviluppare il portfolio dei clienti dell'agenzia per ampliare e diversificare i settori e conseguire gli obiettivi di fatturato definiti dall'agenzia
utilizzare le informazioni provenienti dal cliente (ricerche, dati di marketing, piani di sviluppo dei prodotti) e quelle interne all'agenzia (studi di mercato, dati di ricerca ecc.) per arrivare alla stesura di un piano di comunicazione preciso, coerente e fattibile

Titolo: programmazione del piano di comunicazione

Obiettivo: definire la migliore combinazione di azioni (tempi e modalità) del piano di comunicazione in funzione della direzione strategica intrapresa

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: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

controllo di gestione e budgeting per monitorare l'andamento dei costi di gestione relativi alla specifica commessa

principi e tecniche di gestione delle risorse umane per gestire le attività del personale coinvolto nella realizzazione del piano di comunicazione

sistemi e criteri di valutazione dei mezzi di comunicazione per comparare le modalità di applicazione e di utilizzo in relazione all'ambiente e al target di

destinazione

tecniche di pianificazione strategica per la definizione dei tempi e delle modalità di attuazione delle fasi operative del piano di comunicazione
tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di comunicazione per valutare economicamente le scelte del mix ottimale
tecniche pubblicitarie per l'applicazione delle metodologie e degli strumenti di gestione della pubblicità diretta e indiretta (below the line, above the line)

ABILITÀ/CAPACITÀ

controllare i costi e i tempi di realizzazione delle varie fasi operative
definire per tempi, costi e caratteristiche comunicative, il piano di comunicazione e/o le attività promozionali in funzione delle esigenze del cliente
individuare gli strumenti e i mezzi operativi e tecnologici presenti sul mercato, utilizzabili per la realizzazione del piano di comunicazione in funzione delle loro caratteristiche tecniche, del loro grado di diffusione e di impatto sul target
pianificare l'organizzazione dei mezzi tecnologici e creativi secondo la migliore combinazione di azioni (tempi e modalità) di comunicazione e in funzione della strategia definita
valutare i costi dell'impiego dei vari strumenti e mezzi, in relazione ai risultati previsti in termini di efficacia e di impatto persuasivo

Titolo: organizzazione e gestione delle risorse produttive

Obiettivo: definire compiti e funzioni di operatori impegnati nell'attuazione del piano di comunicazione necessari a coordinare il lavoro dei vari reparti dell'agenzia pubblicitaria

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

funzionamento dei sistemi e delle strutture di produzione radio per la gestione delle promozioni radiofoniche

principi di organizzazione di eventi per la realizzazione e gestione delle promozioni attraverso eventi specifici o a titolo di sponsorizzazione

principi di organizzazione e gestione del personale per organizzare le attività di produzione e individuare le specifiche competenze necessarie

sistemi e strutture di produzione della stampa per gestire e controllare i fattori necessari per il corretto impiego e funzionamento

tecniche di e-commerce e strumenti applicativi per la gestione delle promozioni sui canali informatici

tecniche di funzionamento dei sistemi e delle strutture di produzione tv per la costruzione e gestione delle campagne pubblicitarie e delle telepromozioni

ABILITÀ/CAPACITÀ

comprendere le esigenze concrete di ciascun reparto impegnato nella produzione delle attività previste nel piano di comunicazione, per fornire indicazioni e supporto operativo alla loro realizzazione

coordinarsi con i reparti creativi dell'agenzia utilizzando il momento di 'briefing' in modo intelligente e creativo

favorire i rapporti di collaborazione del personale coinvolto sul progetto di comunicazione (gestione del gruppo di lavoro)

gestire e controllare le attività di produzione intermedie, attraverso la definizione degli ambiti di trasmissione e le scadenze temporali

gestire i rapporti con una molteplicità di figure professionali (creativo, copywriter, grafico, fotografo, programmatore web, regista) trasmettendo il messaggio concordato con il cliente

selezionare attraverso l'impiego di adeguate procedure e metodologie gli strumenti idonei ad accompagnare la comunicazione definita per lo specifico cliente

Codici ISTAT CP2011 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

