



Lavorare nella pubblicità

Hai spirito creativo? Sei un talentuoso scrittore? Sei affascinato dalle campagne pubblicitarie? Vorresti lavorare su progetti creativi con scadenze molto strette? Se sì, potresti essere adatto al mondo della pubblicità.

La pubblicità è in grado di raggiungere le persone in tutto il mondo: da villaggi remoti a città enormi; da campagne globali per la sponsorizzazione di nuovi prodotti a pubblicità di quartiere nelle pagine di quotidiani locali. La pubblicità si avvale di internet, televisione, cinema, radio e stampa; coinvolge altre attività come le ricerche di mercato, lo sviluppo di nuovi prodotti, vendite promozionali e direct marketing.

La pubblicità non mira esclusivamente a persuadere le persone a comprare oggetti o servizi ma si intreccia anche con altri aspetti del settore della comunicazione come le Public Relations e il marketing in campagne che aiutano a ricercare fondi per scopi benefici o a promuovere consapevolezza su problemi sociali o politici.

1. Che tipo di lavoro offre?

Ecco alcune delle figure professionali che operano all'interno del settore pubblicitario:

- **Account Manager:** colui che si occupa di gestire i clienti nella fase post vendita di un prodotto o di un servizio seguendo gli standard qualitativi stabiliti dall'azienda. Gestisce il budget pubblicitario dell'agenzia, propone strategie di comunicazione e controlla i costi di produzione, l'andamento delle vendite e l'andamento degli incassi.
- **Account Executive:** è l'addetto di un'agenzia di pubblicità che mantiene il contatto diretto con uno o più clienti. La sua funzione principale consiste nel coordinare il lavoro creativo ed organizzativo dell'agenzia al fine di garantire l'avvio della campagna pubblicitaria e il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione fissati dal cliente. Segue l'andamento della campagna pubblicitaria e individua gli eventuali problemi promozionali.
- **Direttore del Marketing Strategico:** colui che coordina l'équipe di esperti e di tecnici che regolano tutte le operazioni di promozione per lo sviluppo e il mantenimento sul mercato di un prodotto o di un servizio.
- **Strategic Planner:** si occupa di sviluppare un'analisi situazionale per una campagna pubblicitaria, ovvero prende in considerazione la condizione dei consumatori, del prodotto, dell'impresa, della marca, del mercato e della concorrenza alla luce degli obiettivi strategici e tattici dell'utente che ha commissionato la campagna stessa.
- **Media Planner:** è la figura che studia la migliore distribuzione degli investimenti pubblicitari sui vari mezzi di comunicazione. Pianifica gli spazi, valutando come, dove, quando e con quale budget intervenire in base al prodotto, al target ed al messaggio oggetto della campagna pubblicitaria.
- **Art Director e Copywriter:** sono due figure fondamentali nella creazione di una campagna pubblicitaria. Insieme si occupano dell'ideazione e dell'elaborazione del messaggio pubblicitario, l'«art» per la parte grafica o visiva, il «copy» per quella dei testi. Ad essi spetta il compito di comunicare al pubblico - in modo nuovo, interessante e talvolta spiritoso - fatti o proposte per conto del cliente.
- **Responsabile customer service:** è la figura che si occupa di curare le esigenze del cliente, ottimizzando la comunicazione aziendale e supervisionando i contatti con la clientela. Coordina le attività di ricevimento ordini, gestisce le comunicazioni con i clienti, coopera con la direzione commerciale, i venditori e gli agenti per assicurare un servizio di qualità.
- **Content Creator:** il content creator è un esperto che definisce i contenuti, l'esposizione e la grafica di un sito web e li presenta nella forma più idonea ad accattivare l'attenzione dell'utente in Internet. Questo professionista ha il compito non soltanto di scrivere in maniera efficace e comprensibile al pubblico, ma deve anche essere in grado di utilizzare tutti i supporti multimediali (musica, animazioni, filmati) e proporre le soluzioni tecniche adeguate. In un'azienda molto strutturata, il content creator interagisce con altre figure professionali tipiche della comunicazione pubblicitaria sul web: il web copy (assimilabile al copywriter), il web designer (assimilabile all'art director), il web master (figura molto vicina all'account).



Le figure professionali nel campo della pubblicità crescono e si modificano di pari passo con la tecnologia. Aggiornarsi costantemente e sfruttare tutti i canali comunicativi è consigliato a coloro che vogliono intraprendere questa carriera.

2. Requisiti

Le abilità dipendono certamente dal settore specifico di occupazione ma, in linea generale, per lavorare nel campo della pubblicità occorre:

- capacità di scrittura e creatività
- saper lavorare sotto pressione e in tempi brevi
- ottima conoscenza di tutti i mezzi di comunicazione
- conoscenza delle lingue, in particolar modo della lingua inglese
- saper essere persuasivi
- ottime capacità organizzative e problem solving
- capacità di lavorare in gruppo

Prova il **“Diagonal Thinking Test”** dell’ “Institute of Practitioners in Advertising” (IPA) <http://www.diagonalthinking.co.uk> per capire il tuo orientamento nel campo pubblicitario o prova il test www.ipa.co.uk/Content/The-IPA-Copy-and-Creative-Test-2010 per vedere se il copywriter è la tua professione ideale (i test sono in lingua inglese).

3. Come muovere i primi passi

Nel mondo pubblicitario l’esperienza lavorativa è fondamentale, per far carriera e intraprendere il proprio ruolo è indispensabile sapersi muovere all’interno del lavoro, creare una propria rete di conoscenze, farsi notare. Necessari a questo scopo sono gli stage ed altre collaborazioni, anche durante il percorso accademico, che permettono di entrare in contatto con il settore ed individuare il percorso da intraprendere.

Di seguito alcuni suggerimenti utili per la ricerca di uno stage ed eventuali collaborazioni lavorative

AAPI - Associazione Aziende Pubblicitarie Italiane
Via Larga, 7 - 20122 Milano - Tel. 02-58304166 - Fax 02-58307617

www.acpi.it

ACPI - Associazione Consulenti Pubblicitari Italiani
Viale Gramsci 293 - 20099 Sesto S. Giovanni Mi - Tel./Fax 02.8907.5491

www.adci.it

ADCI - Art Directors Club Italiano
Via Moscova 46/3 - 20121 Milano - Tel. 02-6555943 - Fax 02-6590736

www.adico.it

ADICO - Associazione Italiana Direttori Commerciali e Marketing Manager
Via Cornalia, 19 - 20124 Milano - Tel. 02-6704080 - Fax 02-67071431

www.aiap.it

AIAP - Associazione Italiana Progettazione per la Comunicazione Visiva
Via Ponchielli, 3 - 20129 Milano - Tel. 02-29520590 - Fax 02-29512495

Offerte di lavoro/stage: area "Job service"



www.aicap.it

AICAP - Associazione Aziende Italiane Cartelli e Arredi Pubblicitari
Via Broni, 16 - 20139 Milano - Tel. 02-57404880 - Fax 02-5392779

www.aism.org

AIMS - Associazione italiana per gli Studi di Marketing
Via Olmetto, 3 - 20122 Milano - Tel. 02-863293 - Fax 02-72002889
Offerte di lavoro/stage: area "Servizi" - "Annunci di lavoro"

www.assocomunicazione.it

ASSOCOMUNICAZIONE - Associazione delle imprese di Comunicazione
Via Larga, 23 - 20122 Milano - Tel. 02-58307169 - Fax 02-58307147

ASSOPROMOZIONE - Associazione Italiana Agenzie e Imprese di promozione, incentivazione e Servizi di Marketing
Via Larga 13, 20122 Milano - Tel. 02-58318485 - Fax 02-58319529

www.assorel.it

ASSOREL - Associazione italiana delle agenzie di RP a servizio completo
Via Goffredo Mameli, 4 - 20129 Milano - Tel. 02-70100704 - Fax 02-70105414
Offerte di lavoro/stage: area "Jobs"

www.clubdelmarketingedellacomunicazione.it

CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE
Via Andrea Costa, 7 - 20131 Milano - Tel. 02-2610052

www.fcponline.it

FCP - Federazione Concessionarie di Pubblicità
C.so Venezia, 51 - 20121 Milano Tel. 02-794961 - Fax 02-780368

FEDERPUBBLICITA' - Federazione Italiana Operatori della Pubblicità
Via Nazionale, 60 - 00184 Roma - Tel. 06-4725 - Fax 06-4817211

www.ferpi.it

FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana
Via Larga, 13 - 20122 Milano - Tel. 02-58312455 - Fax 02-58313321
Offerte di lavoro/stage: area "Servizi" - "Offerte di lavoro"

FIC - Federazione Italiana della Comunicazione
Via Pantano, 9 - 20122 Milano - Tel. 02-58303941 - Fax 02-58315357

www.associazione-tp.it

TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti
Via Andrea Salaino, 7 - 20144 Milano - Tel. 02-655841 - Fax 02-48578250
Offerte di lavoro/stage: area "TP Cafè" - "Bacheca"

www.unicomitalia.org

UNICOM - Unione Nazionale Imprese di Comunicazione
Via San Calogero, 2 - 20123 Milano - Tel. 02-863815 - Fax 02-809636



<http://guide.pubblicitaitalia.it>

Portale di informazione sulla pubblicità con possibilità di ricerca delle agenzie pubblicitarie e di comunicazione.

www.lavoricreativi.com

Portale di informazione sulla comunicazione con **ricchissima bacheca con offerte di lavoro e stage**.

www.comunicazioneitaliana.it

Business SocialMedia nel settore della comunicazione.

4. Siti di riferimento a livello internazionale

- www.ipa.co.uk Istituto inglese dei praticanti in pubblicità.
- www.brandrepublic.com per ricercare informazioni sui profili professionali e potenziali datori di lavoro.
- www.adassoc.org.uk Associazione dei pubblicitari professionisti nel Regno Unito.
- www.dandad.co.uk British Design and Art Direction, utile per informazioni sul copywriting e altri lavori creativi.
- www.adforum.com utile sito per entrare in contatto con la comunità dei pubblicitari a livello mondiale, con lista di agenzie.
- www.mediacircle.org per informazioni su media planning/buying e profili aziendali.
- www.apg.org.uk Account Planning Group
- <http://adage.com/> per informazioni utili sulle novità in materia di pubblicità e marketing.

5. Altre risorse

- **Twitter** è una risorsa veloce ed efficace per incrementare le proprie conoscenze riguardanti il settore pubblicitario.
- **Linkedin** è un social network che rende possibile il contatto tra aziende e possibili candidati. Vi sono molti gruppi di discussione che trattano la comunicazione e le sue varie forme.