



Lavorare nella pubblicità

Hai spirito creativo? Sei un talentuoso scrittore? Sei affascinato dalle campagne pubblicitarie? Vorresti imparare a lavorare su progetti creativi anche 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).



- **Social Media Manager:** è un professionista digitale che ha il compito di pianificare, comunicare, ascoltare, analizzare e gestire i canali social di uno o più brand. La figura del Social Media Manager, grazie alla presenza totale del pubblico sui social, è diventata una delle figure professionali più ricercata dalle aziende. Le aziende che cercano o collaborano con un Social Media Manager, sono quelle che fortunatamente non si fermano alla semplice presenza online tramite il sito internet (e alla famosa prima pagina di Google, seppur importante), ma cercano di sviluppare un rapporto diretto con i potenziali clienti (Social Lead Generation) e con quelli già acquisiti (Social Caring) attraverso i social.

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

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

www.adci.it

ADCI - Art Directors Club Italiano
20122 Milano - Tel. 3428401464

www.adico.it

ADICO - Associazione Italiana per la Redazione Commerciale Marketing e Vendite
Via Cornalia, 19 - 20124 Milano - Tel. 02-6704080 - Fax 02-67071431

www.aiap.it

AIAP - Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva
Via Ponchielli, 3 - 20129 Milano - Tel. 02-29520590

Offerte di lavoro/stage: area "Job service"

www.aicap.it

AICAP - Associazione Aziende Italiane Cartelli e Arredi Pubblicitari
Sede legale: Via Campero, 9 - 20123 Milano
Sede Operativa: Via Giorgio e Guido Paglia, 3 - 24122 Bergamo

SERVIZIO ORIENTAMENTO

Telefono +39 075 5746294-295-296
Fax +39 075 5746262
E-mail: stageplacement@unistrapg.it

Aggiornamento: marzo 2020
Redattore: Sabina Pattuglia



Tel. 03-5355080 – Fax 03-5355080

www.aism.org

AIMS - Associazione italiana Sviluppo Marketing
Piazzale R. Morandi 2 - 20121 Milano - Tel. 02-77790415

www.unacom.it

UNA- Azienda delle Comunicazioni Unite
Via del Bergognone, 34, 20144 Milano – Tel. 02-97677150
Seconda Sede: Viale dell' Astronomia, 30, 00144 Roma

Offerte di lavoro/stage: area "Jobs"

www.assorel.it

ASSOREL - Associazione Agenzie di Relazioni Pubbliche a servizio completo
Piazza Piola, 5 – 20131 Milano- Tel. 02-70100704 - Fax 02-70105414

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
Corso Di Porta Vittoria, 32- 20122 Milano Tel. 02-794961 - Fax 02-780368

www.federpubblicita.it

FEDERPUBBLICITA' - Federazione Italiana Operatori della Pubblicità
Via Nazionale, 60 - 00184 Roma - Tel. 06-4725423 - Fax 06-4882156

www.ferpi.it

FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana
Via Lentasio, 7 - 20122 Milano - Tel. 02-58312455 - Fax 02-58313321

Offerte di lavoro/stage: area "Attività" - "Servizi" - "Offerte di lavoro"

www.pubblicitaitalia.it

Portale di informazione sulla pubblicità con possibilità di ricerca delle agenzie pubblicitarie e di comunicazione.
Redazione: Corso Magenta, 85 - 20123 Milano – Tel. 02-4300001

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.
Via Alessandro Trotter, 3 – 00156 Roma – Tel. 06-83549986 – Fax. 06-83549987

4. Siti di riferimento a livello internazionale

- www.ipa.co.uk Istituto inglese dei praticanti in pubblicità.
- www.campaignlive.co.uk per ricercare informazioni sui profili professionali e potenziali datori di lavoro
Offerte di lavoro/stage: area "Jobs"
- www.adassoc.org.uk Associazione dei pubblicitari professionisti nel Regno Unito.
- www.dandad.org 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.

SERVIZIO ORIENTAMENTO

Telefono +39 075 5746294-295-296
Fax +39 075 5746262
E-mail: stageplacement@unistrapg.it

Aggiornamento: marzo 2020
Redattore: Sabina Pattuglia



- www.apg.org.uk
- <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.