
Esame professionale di specialista in marketing

Parte d'esame 3 : studio guidato di un caso, pianificazione

Cognome/nome _____

Numero di candidato _____

Data dell'esame _____

Durata dell'esame : 180 minuti

Punteggio : 72 punti

È pregato di prestare attenzione ai seguenti punti :

1. Questo testo comprende 14 pagine, copertina compresa. È pregato di controllare che il suo esemplare sia completo.
2. Scriva sull'esame e su eventuali fogli degli appunti il suo nome e cognome e il suo numero di candidato.
3. Inserisca i fogli personali ed eventuali fogli degli appunti nella busta dell'esame.
4. Non è permesso unire i fogli con punti metallici.
5. Nell'interesse della leggibilità, nelle designazioni di persone si è rinunciato a utilizzare ogni volta anche la forma femminile.

Le auguriamo buona fortuna!

Incarico di lavoro

Studio guidato di un caso

Di seguito lei elaborerà un caso pratico concreto. Il caso consiste in 1 descrizione del caso e 4 compiti separati, ciascuno con una situazione iniziale diversa. Ha a disposizione 180 minuti di tempo per elaborare tutti i compiti.

Compito

Legga attentamente la descrizione del caso. Essa vale per tutti i compiti seguenti. Legga quindi la situazione iniziale relativa al compito 1, esamini gli eventuali allegati ed elabori gli incarichi. Elabori i compiti da 2 a 4 nella stessa maniera.

Allegati

Allegato 1 : dichiarazioni tratte dal sito web di 2communicate in merito a realizzazione e pianificazione

Allegato 2 : referenze/esempi di lavori

Punti

Massimo 72 punti

2communicate – perché il vostro marchio si trasformi in esperienza vissuta



Storia aziendale

Più di 50 anni fa Hans Burri ha fondato l'azienda Burri Logistik, affermandosi così nei settori della logistica, della tenuta del magazzino e del montaggio di tecnica per eventi e negozi. Dal punto di vista geografico l'azienda si trova allo svincolo autostradale di Härkingen, in posizione ideale tra Zurigo, Basilea, Bienne e Berna. In tutti questi anni Burri Logistik ha saputo crearsi un'ottima reputazione presso grandi clienti come Syngenta, Feldschlösschen, Emmi, Ciba e anche molti clienti più piccoli nei settori sopra indicati. L'azienda offre soluzioni complete per allestimenti per negozi di commercianti al dettaglio rinomati, dall'handling di strumenti per eventi alla logistica fino al montaggio.

Nel 2000 Christoph Burri ha rilevato l'azienda familiare da suo padre, trasferendo il marchio Burri Logistik nella nuova società anonima 2communicate SA. In questo modo ha reagito a un'analisi delle opportunità allora offerte dal mercato nel settore degli eventi, riorganizzando completamente l'intera azienda. L'ex azienda di logistica, tenuta del magazzino e montaggio è stata trasformata in una nuova agenzia full-service per fiere, eventi, promozioni, sampling, roadshow e implementazioni di sponsoring. La riorganizzazione dell'azienda è stata attuata in modo coerente dal punto di vista organizzativo e visivo. Ad esempio, ora sull'intero parco veicoli è riportata la scritta 2communicate.

Messaggio chiave 2communicate

Con oltre 50 anni di esperienza e i suoi specialisti dal settore degli eventi, della comunicazione e della logistica, 2communicate garantisce ai propri clienti soluzioni innovative, affidabilità ed elevata qualità a prezzi equi.

2communicate – perché il vostro marchio e il vostro prodotto si trasformino in esperienza vissuta.



Settore/mercato

2communicate si muove in un contesto di mercato B2B. Già da molti anni il settore degli eventi è dominato da una concorrenza agguerrita. Ogni anno in Svizzera si tengono oltre 200 fiere. A ciò si aggiungono innumerevoli eventi promozionali ed esposizioni speciali, anche nell'ambito delle attività di sponsoring. In questo mercato si fanno concorrenza circa 150 aziende di grandi dimensioni con oltre 40 collaboratori. Il mercato viene inoltre elaborato da numerose aziende di eventi di dimensioni più piccole, per la maggior parte attive a livello regionale.

A causa dell'attuale situazione pandemica, l'intero settore degli eventi si trova ad affrontare delle ulteriori sfide. Esso subisce perdite enormi e deve quasi reinventarsi.

Al contrario, fino a oggi il settore della logistica e della tenuta del magazzino ha superato la crisi relativamente indenne e non ha praticamente registrato perdite di fatturato. Questo settore si distingue per un'elevata fidelizzazione dei clienti. I rapporti contrattuali nel settore della logistica sono per lo più correlati a elevati investimenti iniziali da parte del cliente e del fornitore. Di conseguenza vengono generalmente stipulati contratti pluriennali, che in caso di soddisfazione non vengono disdetti. Ciò porta spesso a instaurare rapporti di lunga durata con i clienti. Il rischio di perdere degli incarichi sussiste piuttosto a causa di decisioni strategiche da parte del cliente e da un'integrazione del settore, che va probabilmente di pari passo con esse, nella propria azienda (creazione di un parco veicoli proprio e di una propria infrastruttura di logistica).



Organizzazione aziendale

Oggi l'azienda 2communicate SA occupa oltre 40 collaboratori nei settori Logistica, Project management, Marketing, Vendita e Amministrazione. La direzione si compone del titolare Christoph Burri nonché del responsabile delle finanze, del responsabile del marketing e delle vendite e del COO.



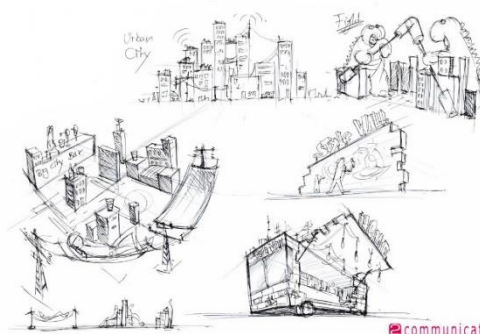
Servizi di 2communicate SA, suddivisi in 4 aree operative

Realizzazione e creazione : sviluppo di progetti per un'immagine del marchio multisensoriale ed emozionale con carattere esperienziale. Creazione di offerte interattive fisiche e digitali di tipo informativo e d'intrattenimento per l'attivazione dei clienti e la promozione del confronto digitale e analogico con prodotti, servizi e marchi.

Produzione e montaggio : 2communicate si occupa della produzione, dell'approvvigionamento e del montaggio di banchi promozionali e di degustazione, tessuti, articoli pubblicitari, gonfiabili, stand o interi villaggi di sponsoring, veicoli promozionali o per eventi (realizzati individualmente, da noleggiare o da acquistare) e organizza il montaggio e lo smontaggio di allestimenti per negozi e di stand fieristici e di vendita, inclusa dotazione di articoli di vendita. Inoltre un dipartimento proprio programma app e landing page, realizzando progetti video di minore entità per l'impiego su landing page e in applicazioni web.

Personale per eventi e promozioni : 2communicate offre esperti ambasciatori del marchio appositamente formati in tutta la Svizzera, garantendo la loro competenza a livello linguistico e di comprensione. Questi promoter si impegnano in modo professionale e affidabile per il rispettivo marchio. 2communicate ha anche accesso a breve termine a oltre 500 promoter e a una squadra tecnica.

Logistica per merci ed eventi : 2communicate si occupa della logistica, del montaggio di tecnica per eventi e negozi nonché della pulizia e della manutenzione di materiale promozionale, per eventi e di sponsoring. Per la tenuta del magazzino sono disponibili oltre 6'000 m² e un'officina di riparazione propria. Nel quadro della logistica per eventi 2communicate offre ai suoi clienti uno shop per eventi online in cui i giveaway e il materiale promozionale, per eventi e pubblicitario possono essere direttamente ordinati, gestiti e utilizzati dal servizio esterno del cliente.



Fatturato

Nel 2019 2communicate SA ha registrato un fatturato pari a circa CHF 35 mio, aumentando il fatturato annuo del 10% circa rispetto al 2018, con un robusto rendimento del fatturato di oltre il 12%. Ripartizione del fatturato sulle 4 aree operative :

3,5 mio	Realizzazione e creazione	(quota rendimento del fatturato :	CHF 840'000)
14 mio	Produzione e montaggio	(quota rendimento del fatturato :	CHF 1'260'000)
4,5 mio	Personale per eventi e promozioni	(quota rendimento del fatturato :	CHF 420'000)
13 mio	Logistica per merci ed eventi	(quota rendimento del fatturato :	CHF 1'680'000)

Clienti

Oltre a numerosi piccoli clienti, 2communicate SA fornisce assistenza a circa 40 clienti di grandi dimensioni sul mercato dei servizi e dei beni di consumo nonché in settori speciali come la logistica di allestimenti per negozi, il servizio cantieri o il servizio di trasporto e di montaggio per biciclette, elettrodomestici e mobili. Con questi 40 grandi clienti 2communicate ottiene il 75% del fatturato annuo, per lo più nell'area operativa della logistica per merci ed eventi.



Concorrenti

Il mercato degli eventi è saturo, un numero elevato di aziende regionali, nazionali e internazionali offre servizi simili in tutta la Svizzera. Tutti sono colpiti in uguale misura dalla crisi dovuta alla pandemia e cercano delle vie d'uscita. I maggiori concorrenti :

Adcom, fondata 20 anni fa, 70 collaboratori in 4 sedi, fatturato annuo : 20 mio, offerta di servizi molto simile.



TIT-PIT, fondata 28 anni fa, 40 collaboratori e oltre 700 collaboratori a tempo parziale, fatturato annuo : 40 mio, oltre al marketing per eventi anche mobile marketing (ad esempio concorsi per cellulari).



Daktiv, fondata 7 anni fa, fatturato annuo : 15 mio, 10 collaboratori, servizi completi nei settori Activation, Promotion e Roadshow per una clientela ristretta ma interessante.

Attività di marketing e di comunicazione

A fronte di una clientela fedele da anni e della notevole fidelizzazione dei clienti grazie all'offerta completa (tenuta del magazzino, logistica, event management), si è investito poco nella comunicazione e, quando lo si è fatto, solo nella comunicazione mirata con i clienti esistenti. I consulenti alla clientela per la Svizzera tedesca e la Svizzera occidentale si concentrano sulla realizzazione impeccabile dei progetti e non sull'acquisizione di nuovi clienti. Finora l'unica attività di comunicazione degna di nota è stato l'aggiornamento del sito web e del web shop per i grandi clienti.

Il team dell'area operativa Realizzazione e creazione sarebbe tuttavia in grado di offrire internamente tutte le prestazioni di un'agenzia di comunicazione classica.

Obiettivi di marketing di 2communicate SA

Tenendo conto della difficile situazione economica attuale, che non migliorerà in maniera decisiva neppure nel 2022, la direzione ha rielaborato gli obiettivi aziendali.

Nell'anno in corso non sarà praticamente possibile raggiungere il fatturato complessivo ottenuto nel 2019 (nel 2021 si prevede un crollo quasi del 100% nel settore degli eventi). Pertanto la direzione ridefinisce gli obiettivi per ciascuna area operativa come segue :

Aumento del fatturato : 20% nel settore Realizzazione e creazione, 10% nel settore Produzione e montaggio.

Utile : non ha la priorità massima nel 2021, oltre all'acquisizione di clienti si aspira soprattutto a obiettivi psicologici come un significativo aumento del grado di notorietà, della fidelizzazione e della soddisfazione dei clienti.

Quale obiettivo aziendale per il 2021 e il 2022 viene indicata la compensazione parziale delle perdite di fatturato nel settore degli eventi. Questa deve essere raggiunta sfruttando nuovi mercati ed elaborando il mercato in maniera più intensa nelle altre aree operative nonché mediante adeguamenti delle offerte nel settore degli eventi.

2communicate SA

Il vostro partner per la
live communication.

Vi aiutiamo con **progetti strabilianti**, **personale qualificato per eventi e promozioni** e una **logistica affidabile per gli eventi**.

Promozioni, campionature, eventi, roadshow, fiere, implementazioni di sponsoring.. uniamo marchi e persone sviluppando legami solidi e duraturi con i marchi.

« Amiamo ciò che facciamo. Per questo ci impegniamo con passione e dedizione per voi e per il vostro progetto. »

Gruppo target a cui ci si rivolge attualmente

La comunicazione con il portafoglio clienti originario di Burri Logistik si limita a pochi gruppi di persone tra i clienti : la direzione e i responsabili della logistica e della gestione delle merci.

Nel settore degli eventi, dello sponsoring e delle promozioni si dialoga con i responsabili dei rispettivi dipartimenti di marketing e comunicazione dei clienti esistenti. Fino a oggi non ci si è rivolti a un altro gruppo target (potenziali clienti, media, influenzatori esterni e interni e collaboratori) in modo mirato e pianificato.

Sfide di marketing a medio termine

Un'elevata domanda e uno sfruttamento delle capacità vicino al 100% negli anni precedenti hanno fatto trascurare le attività di marketing, il che ha fatto sì che persino i clienti esistenti sapessero poco in merito all'esistenza di una gamma di servizi completa. Ciò è stato dolorosamente riconosciuto nel 2020.

In seguito al lockdown a partire da marzo 2020 e all'andamento della pandemia nel corso dell'anno, sono stati cancellati praticamente tutti gli eventi e le promozioni dal vivo nel 2020 e nel 2021. Per l'intera azienda 2communicate ciò ha significato un crollo del fatturato superiore al 40%. Senza l'area operativa Logistica per merci ed eventi, che in questo difficile periodo ha potuto addirittura registrare un aumento del 10% con i soli servizi logistici, il calo di fatturato sarebbe stato ancora più drastico.

Situazione attuale e il suo ruolo presso 2communicate

Una fine della situazione di minaccia e una normalizzazione della situazione di mercato nel settore degli eventi non sono previste a medio termine. È necessario mantenere clienti e personale, investendo anche e soprattutto in settori del futuro, come eventi virtuali, produzioni decentralizzate con live streaming ecc. – servono delle buone idee.

La direzione è costretta a riesaminare le attività e le misure odierne sul mercato, in linea generale e con una prospettiva a lungo termine, verificando l'ingresso in nuovi mercati. Grazie alle riserve costituite negli anni positivi, oggi l'azienda è molto solida ed è in grado di investire in nuove attività e in ristrutturazioni durante la crisi.

Il 1° aprile 2020 lei ha iniziato a lavorare presso 2communicate SA come specialista in marketing e vendite. Lei è sottoposto al responsabile del marketing e delle vendite e lo supporta nello sviluppo del marketing e della comunicazione dell'azienda, internamente ed esternamente.

Compito 1

Situazione iniziale

I nostri clienti potenziali e attuali non potranno più organizzare eventi fisici per lungo tempo, ma hanno un'accresciuta esigenza di offerte virtuali e digitali. Inoltre, dopo la pandemia il mercato non sarà più lo stesso (fallimenti incombenti nel portafoglio clienti, ad esempio nel settore gastronomico). Pertanto, nel quadro dell'elaborazione di un progetto di marketing, la direzione intende avere una panoramica delle opportunità di mercato e del potenziale delle singole aree operative dell'azienda sul mercato svizzero. Per delle misure promettenti, la direzione è disposta a effettuare investimenti in tal senso già nel 2021.

Incarico

- 1.1 Analizzi la situazione attuale e lo sviluppo previsto a medio termine per l'area operativa **Realizzazione e creazione** nell'ottica dei suoi punti di forza e delle sue opportunità sul mercato. Quale risultato della sua analisi, formuli delle proposte di intervento su come poter raggiungere gli obiettivi di marketing specificati dalla direzione. Spieghi quali effetti avranno queste proposte di intervento sulle altre 3 aree operative di 2communicate.
- 1.2 Le sue proposte di intervento hanno convinto la direzione. Come fase successiva riceve quindi l'incarico di effettuare una verifica e un ampliamento del gruppo target (B2B) per tutte e 4 le aree operative. Identifichi per i prossimi tempi (fino alla fine del 2022) il gruppo target rilevante per ogni area operativa e presenti la sua proposta in modo strutturato.

N.B.

Allegato 1 : dichiarazioni tratte dal sito web di 2communicate in merito a realizzazione e pianificazione

Allegato 2 : referenze/esempi di lavori

Punti

Massimo 18 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Rilevanza** : le informazioni/gli aspetti rilevanti dal punto di vista del contenuto sono presi in considerazione.
2. **Realizzazione** : sulla base della conoscenza degli sviluppi del mercato vengono elaborate raccomandazioni d'azione comprensibili ed efficaci.
3. **Consulenza** : le proposte sono presentate in modo coerente e attraente.
4. **Completezza** : la soluzione del compito è completa ed esauriente.
5. **Analisi** : i gruppi di clienti vengono analizzati in modo opportuno.
6. **Messa in rete** : è riconoscibile il pensiero in rete.

Compito 2

Situazione iniziale

In una fase successiva gli obiettivi di marketing formulati per sommi capi nella definizione del problema devono essere ulteriormente concretizzati. In più la direzione si attende dal dipartimento di marketing delle proposte opportune in merito agli strumenti di marketing da applicare. A tale proposito, per superare la crisi la direzione stanziava un budget di marketing vincolato allo scopo pari a CHF 800'000.— (dalla metà del 2021 alla fine del 2022).

Incarico

- 2.1 Dal marketing submix Promozione determini 4 strumenti di marketing che si integrino in modo opportuno. Metta quindi gli strumenti in ordine di priorità e scelga il più adatto e il più importante per raggiungere gli obiettivi prefissati.
- 2.2 Esegua quindi una ripartizione di budget per i 4 strumenti di marketing selezionati. Motivi di fronte alla direzione la scelta degli strumenti e la ripartizione del budget.

Punti

Massimo 18 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Messa in rete** : è riconoscibile il pensiero in rete.
2. **Pianificazione** : il mix di strumenti è orientato a un beneficio ottimale.
3. **Rilevanza** : le informazioni/gli aspetti rilevanti dal punto di vista del contenuto sono presi in considerazione.
4. **Realizzazione** : vengono determinati strumenti rilevanti secondo gli obiettivi specificati.
5. **Completezza** : la soluzione dell'incarico è completa ed esauriente.
6. **Consulenza** : la raccomandazione relativa ai costi e alle procedure è opportuna.

Compito 3

Situazione iniziale

La sua proposta per l'impiego degli strumenti di marketing ha convinto la direzione. Deve quindi stabilire un piano di misure dettagliato. In questo caso, per la direzione è importante che con le misure vengano presi in considerazione le proposte di intervento elaborate, il gruppo target definito, gli strumenti di marketing e il budget predefinito e che sia possibile un'attuazione nel periodo stabilito (dalla metà del 2021 alla fine del 2022).

Incarico

- 3.1 La direzione concorda con il suo ordine di priorità degli strumenti di marketing. Riceve quindi l'incarico di elaborare un progetto specifico per lo strumento più importante dal suo punto di vista. In una prima fase, formuli gli obiettivi ed elabori le misure necessarie per il raggiungimento degli obiettivi.

- 3.2 In una seconda fase, stabilisca il budget relativo alle misure proposte nel suo progetto e programmi il loro impiego fino alla fine del 2022.

Punti

Massimo 18 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Realizzabilità** : la proposta di soluzione è realizzabile (costi, organizzazione, tempistica).
2. **Rilevanza** : la problematica viene risolta in modo orientato agli obiettivi.
3. **Realizzazione** : viene sviluppato un progetto promettente con misure opportune.
4. **Completezza** : la soluzione del compito è completa.
5. **Pianificazione** : la pianificazione è realistica e tiene conto di gruppo target, orizzonte temporale e budget.
6. **Messa in rete** : è riconoscibile il pensiero in rete.

Compito 4

Situazione iniziale

La direzione ha riconosciuto che negli scorsi anni 2communicate ha trascurato la cura delle relazioni e la fidelizzazione dei clienti esistenti. Di ciò ha preso dolorosamente consapevolezza nella difficile situazione attuale. Inoltre, nel mondo sempre più virtuale senza contatti personali i fornitori saranno maggiormente intercambiabili per i clienti. Quindi è necessario fare rapidamente qualcosa per contrastare questa tendenza.

Incarico

- 4.1 Sviluppi e descriva 2 misure specialmente adatte a strutturare rapidamente e a curare a lungo termine le relazioni con clienti esistenti e potenziali. Per tali misure la direzione è disposta a concedere un budget supplementare. Vi chiede quindi di fare una stima dei costi per ciascuna misura.

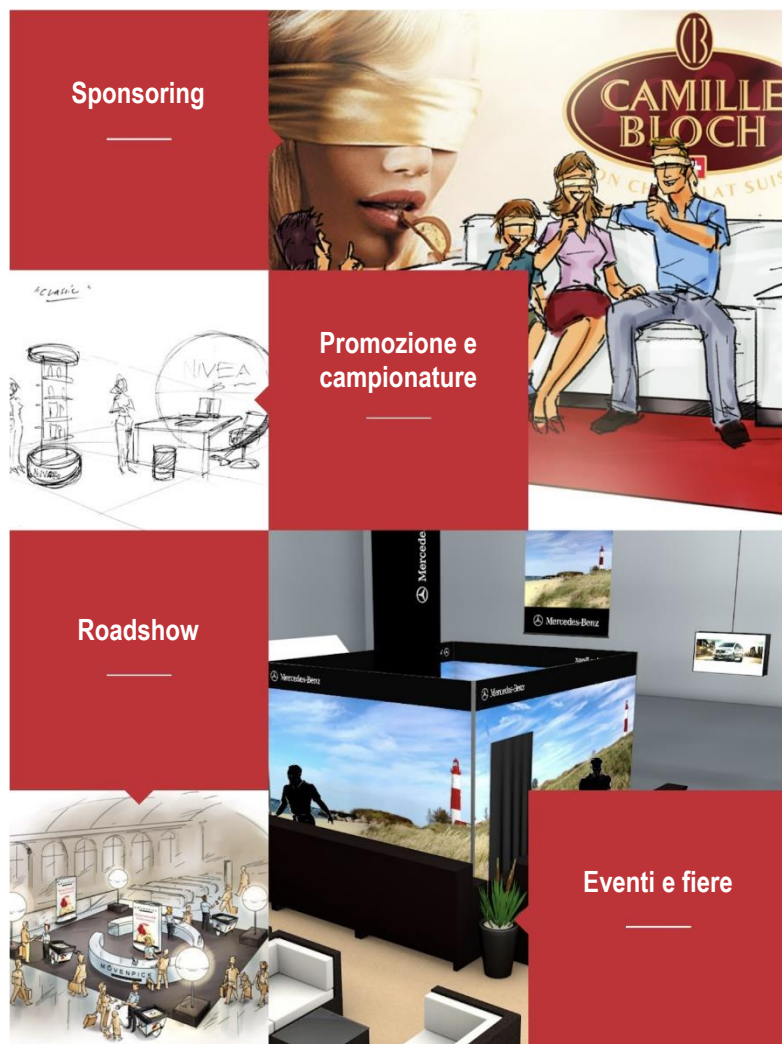
- 4.2. Elabori inoltre una possibilità di controllo che le consenta di verificare costantemente progresso e successo delle misure di fidelizzazione dei clienti.

Punti

Massimo 18 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Realizzazione** : vengono create rapidamente e a lungo termine misure efficaci nel settore della gestione dei clienti.
2. **Realizzabilità** : la proposta di soluzione è realizzabile (costi, organizzazione, tempistica).
3. **Realizzazione** : vengono sviluppate misure promettenti.
4. **Completezza** : la soluzione del compito è completa.
5. **Controllo** : l'effetto delle possibilità di controllo viene valutato in modo realistico.
6. **Rilevanza** : la soluzione è opportuna.

Allegato 1 : dichiarazioni tratte dal sito web di 2communicate in merito a realizzazione e pianificazione

Creatività innovativa che conquista

Elaboriamo per voi progetti globali e di lungo periodo per **promozioni, campionature, roadshow, eventi, fiere e impegni di sponsoring.**

Sulla base della vostra strategia, la nostra divisione creativa sviluppa approcci mirati e strabilianti per un possibile progetto volto a creare un'immagine multisensoriale del marchio.

Trasformiamo i vostri messaggi in esperienze coinvolgenti e sorprendenti trasmettendo ai vostri clienti emozioni positive.

Attiviamo i vostri clienti con offerte interattive di tipo informativo e d'intrattenimento e promuoviamo il confronto digitale e analogico con i vostri prodotti e servizi.

Quando sarà la prossima volta che ispirerete i vostri clienti? **Richiedete** ora la vostra lista di idee personale o contattatemi direttamente.

Allegato 2 : referenze/esempi di lavori

