

## I settori

Le offerte di lavoro spaziano dal largo consumo al farmaceutico fino al mondo dei servizi

Il marketing cambia in tempo di crisi con un generalizzato ricorso ai tagli del personale, eppure non mancano le opportunità per chi maneggia con disinvoltura le tecniche di vendita e proviene soprattutto dalle aziende medio-grandi. «Per recuperare terreno rispetto a un 2009 generalmente critico, molti player stanno potenziando le assunzioni di figure con competenze trasversali nelle aree marketing e commerciale», afferma Elisabetta De Antoni, Business development manager di Randstad Italia. Non si rinuncia perciò a quelle figure strategiche che pianificano il lancio o il riposizionamento di un prodotto, spiando la strada a chi dovrà far cassa, cioè agli account. «Abbiamo un programma di espansione di addetti al marketing per lo sviluppo di una nuova rete di contatti commerciali sul campo», conferma Alberto Bertone, presidente di Acqua Sant'Anna. Ma il ruolo della comunicazione promozionale non si esaurisce nel supporto alla vendita. «Si tratta di uno strumento insostituibile per anticipare i trend, monitorare i competitor, individuare nuove opportunità e per penetrare nuovi mercati o tenere "in rotta" le aziende in momenti di forte cambiamento», aggiunge Laura Zolla di Seltis, società del gruppo Metis. Dunque tutto ciò che serve per fare politiche aziendali puntuali ed efficaci che riducano al minimo gli sprechi, in un periodo di notevole incertezza economica. Ma quali sono i comparti in cui si aprono le migliori opportunità? «Le richieste si sono concentrate nei settori emergenti — continua il direttore operativo di Seltis — come quello delle energie rinnovabili, dove l'urgenza di comunicare nasceva sia sul fronte dei contenuti dei servizi offerti, sia per infondere una certa sensibilità verso le tematiche ambientali».

### 6 promotor

I settori merceologici più dinamici sono poi il largo consumo (su [www.newellrubbermaid.com](http://www.newellrubbermaid.com) ad esempio ci sono oltre 200 posizioni disponibili, di cui 48 nel marketing, mentre sono 106 le vacancies con 9 opportunità utili su [www.nestle.com](http://www.nestle.com) e, per finire, nel colosso americano Mars, sono 12 delle 326 visibili sul sito), il farmaceutico, le telecomunicazioni e più in generale il comparto dei servizi (vedi Bloomberg con più di duecento posti, di cui 6 nel settore promotion, <http://about.bloomberg.com/ca->



12

le posizioni aperte nel marketing per Mars

50

le opportunità in arrivo in Expedia

10

le offerte di lavoro alla Warner Bros



Da sinistra, in senso orario, Alberto Bertone di Acqua Sant'Anna, Dara Khosrowshahi di Expedia Inc e Elvio Bonollo delle Distillerie Bonollo Umberto



# Marketing a caccia di 150 professionisti

*Le opportunità dalle multinazionali al «made in Italy»  
Le assunzioni di Acqua Sant'Anna, Mars, Boots e Nestlé*

## Sanità

### Kos, borsa di studio da 10 mila euro

(i.co.) Una borsa di studio da 10 mila euro della durata di un anno destinata a un giovane laureato o ricercatore che voglia approfondire le tematiche di innovazione nel settore dell'assistenza sanitaria e socio-sanitaria. A decidere di istituire il Premio in memoria del professor Piero Micossi è stato l'istituto sanitario KOS in collaborazione con società scientifiche. Tema dell'anno: il Risk management (scadenza 30 giugno - [info@kosgroup.com](mailto:info@kosgroup.com)).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

reers.html, ed Expedia con 435 offerte di cui 50 nel marketing, [www.expediajobs.com](http://www.expediajobs.com)). E sul fronte specializzazioni? Sulla base dei dati raccolti in Randstad Italia, a farla da padrone sono i ruoli che ruotano intorno ad Internet (su [www.fossil.com](http://www.fossil.com), solo nel comparto e-com sono 6 le figure marketing che vengono ricercate fra le oltre 140 aperte), ma anche intorno allo sviluppo della marca, come nel caso del trade marketing manager. In effetti per conservare le quote di mercato è vitale il rafforzamento del brand, magari guardando ai canali non tradizionali. «Siamo alla ricerca di "nuove leve" che esibiscano una qualifica in marketing dei beni di lusso, ma anche la frontiera dell'on-line promotion è tutta da esplorare», conferma Ilario Iannone, amministratore delegato di Vranken Pommery Italia. «Qui da noi, una delle expertise più apprezzate è la comunicazione del prodotto a 360 gradi», aggiunge Elvio Bonollo del-

le Distillerie Bonollo Umberto Spa. Sono infine 13 gli esperti di marketing di cui ha bisogno Bbc, 14 i ricercati in Boots, 10 in Warner Bros e 5 in Twenga. Ma come si diventa maghi del marketing? Sicuramente gli Mba che, oltre ai corsi aziendali, affrontano i fondamenti di discipline come psicologia, economia e statistica, rappresentano una corsia preferenziale di accesso al mondo del lavoro. «Ovviamente è molto apprezzata la conoscenza di una lingua straniera, l'esperienza pregressa per le figure dirigenziali e la capacità di lavorare in team. Più delle altre infatti la struttura marketing entra in contatto con le varie funzioni ed è vitale una buona capacità di relazione», aggiunge Elisa Schiavon, marketing manager di Monster.it, portale con centinaia di posizioni aperte sul campo.

**Donatella Giampietro**

© RIPRODUZIONE RISERVATA