

C: Coordinamento dei processi lavorativi imprenditoriali

C4: Realizzare attività di marketing e di comunicazione – Lavoro pratico 1

Definire le caratteristiche di un gruppo target

Obiettivi di valutazione:

- c2.pv.az5: Illustrano le principali misure di marketing e comunicazione online per l'acquisizione e la fidelizzazione di clienti in ambito assicurativo. (C3)
- c4.az3: Mettono in discussione il loro comportamento comunicativo nei confronti di gruppi d'interesse interni ed esterni all'azienda e ne traggono misure di miglioramento. (C 4)

Consiglio: secondo o terzo anno d'apprendistato / possibile la combinazione con C4_LP2 «Creare contenuti comunicativi» e/o E4_LP1 «Preparare a livello multimediale e controllare contenuti riferiti all'azienda»

Lavoro pratico

Situazione iniziale

La base di una comunicazione di successo è sempre la capacità di mettersi nei panni dell'altro. Ciò significa che tu devi chiederti a chi sono rivolti i tuoi contenuti comunicativi e quali sono le caratteristiche specifiche di queste persone. Per questo è importante che tu pensi prima di tutto a chi vuoi rivolgerti e alle caratteristiche di questo gruppo target. Questo lavoro pratico ti permette di esercitarti proprio in questo.

Compito

Sottocompito 1: Insieme al tuo superiore cerca fra quelli della tua azienda un prodotto o un servizio adatto e quindi stabilisci qual è il relativo gruppo target.

Sottocompito 2: Attingi alle tue eventuali conoscenze precedenti sul tema dell'analisi sistematica del gruppo target. Ricerca in Internet o chiedi ai tuoi colleghi di lavoro quali informazioni devono essere considerate in un'analisi del gruppo target.



Le caratteristiche di un gruppo target sono, ad esempio, l'età, la situazione familiare, la professione, il reddito.

Sottocompito 3: Effettua un'analisi sistematica del gruppo target per il prodotto o il servizio scelto. Poniti le seguenti domande:

- A chi è destinato questo prodotto / servizio?
- Quali sono le caratteristiche di questo gruppo target?
- Perché il prodotto / servizio è adatto a questo gruppo target?



Tieni conto anche di altri punti che sono rilevanti nella tua azienda per un'analisi del gruppo target.

Sottocompito 4: Cerca i contenuti o le misure di comunicazione pubblicati dalla tua ditta relativamente a questo prodotto / gruppo target. Confrontali con i risultati della tua analisi del gruppo target.

- I contenuti della comunicazione sono adatti al gruppo target?
- Perché (non) sono adatti al gruppo target?

Sottocompito 5: Prepara una presentazione che mostri le caratteristiche del gruppo target e quanto hai constatato nella tua analisi dei contenuti della comunicazione.

Sottocompito 6: Presenta i risultati al tuo superiore. Richiedi un feedback sulla tua presentazione e sul tuo comportamento comunicativo.

Sottocompito 7: Inserisci la presentazione nella documentazione dell'apprendimento, oltre alle conoscenze da te acquisite e le tue riflessioni.

Specifiche aziendali:



Griglia delle competenze

Autovalutazione

Domanda chiave 1: riesco a svolgere un'analisi completa del gruppo target per i contenuti della comunicazione?

Criteri di competenza

Cerco di definire tutte le caratteristiche del gruppo target che sono rilevanti per il contenuto della comunicazione (per es. età, stile di vita, situazione familiare).

Sono in grado di fare proposte valide per decidere quali canali di comunicazione sono adatti al gruppo target in questione.

Dall'analisi del gruppo target posso dedurre con sicurezza come impostare i contenuti della comunicazione affinché si adeguino nel modo migliore al gruppo target.

Valutazione esterna

Domanda chiave 1: riesce a svolgere un'analisi completa del gruppo target per i contenuti della comunicazione?

Criteri di competenza

Cerca di definire tutte le caratteristiche del gruppo target che sono rilevanti per il contenuto della comunicazione (per es. età, stile di vita, situazione familiare).

È in grado di fare proposte valide per decidere quali canali di comunicazione sono adatti al gruppo target in questione.

Dall'analisi del gruppo target può dedurre con sicurezza come impostare i contenuti della comunicazione affinché si adeguino nel modo migliore al gruppo target.
