

Artefici del proprio futuro

Il 2 luglio scorso, il centro congressuale di Lucerna KKL ha registrato il tutto esaurito in occasione della festa di diploma dei 634 neospecialisti in marketing, cui è stato consegnato l'attestato professionale federale.



- spesso già di per se' impegnativa - sono tornate sui banchi di scuola per affrontare, giornalmente, una nuova sfida. Persone che, facendo un grande sforzo, sono diventate dei modelli. Modelli provenienti da un comparto giovane (e con giovane non si deve per forza intendere l'età). A proposito di statistiche: il più giovane dei 634 talenti aveva 21 anni, il meno giovane 50. Per non parlare della classe 2016 che, come testimonia il risultato ottenuto, ha dimostrato di avere una marcia in più. Andreas Balazs, presidente della commissione d'esame, ha affermato sorpreso che non sono mai stati assegnati così pochi voti bassi come quest'anno: 81,17 è stata la percentuale record di voti di successo. La media dei voti finali dell'edizione 2016 è stata di 4,46: il risultato più alto nella storia di questo esame. È stata una classe prestante, dunque, quella protagonista alla festa svoltasi al KKL di Lucerna.

Studiare non solo per se stessi. Una di queste personalità sempre orientate verso i risultati è Barbara Felix. La trentenne specialista del marketing presso Coop Gastronomie ha spezzato il filo del traguardo con una media nei voti di 5,3 ed è stata la protagonista dello Swiss Marketing Award classificandosi come la migliore dell'anno. «Ho sempre amato il lato pratico della vita», ha affermato Barbara Felix, «dunque per me è importante mettere in pratica le conoscenze acquisite».

Diplomata presso la scuola alberghiera di Lucerna, la giovane apprezza, del corso di qualificazione per specialisti in marketing della durata di un anno e mezzo, il fatto che sia stato relativamente 'snello' in termini di tempi. Inoltre, l'albergatrice diplomata a livello federale e neospecialista in marketing lo definisce un corso estre-

percentuale di donne era del 63%.

Ma c'è di più: sul podio dei migliori dell'anno sono salite addirittura solo esponeenti femminili. Del resto, tutta la serata era in gran parte 'tinta di rosa': a moderare l'evento c'era infatti Melanie Winiger, ex Miss Svizzera, e una paracadutista si è distinta come migliore dell'anno, compiendo così un 'atterraggio perfetto'.

«Il futuro è al femminile», non si stancheranno mai di affermare gli studiosi dei trend. A questi esperti, con la sfera di cristallo sempre in mano, non possiamo che infondere fiducia: alla festa di diploma degli specialisti di marketing al KKL di Lucerna si delinea davvero il futuro.

Una classe prestante. Complessivamente sono stati 781 i candidati che hanno affrontato l'esame, e 634 di essi lo hanno superato a pieni voti. Stiamo parlando di persone che, parallelamente a un'attività lavorativa

Alla domanda "come possiamo portare più donne agli apici delle imprese locali?", anche i manager più accorti non trovano facilmente risposta: schiere di consulenti, cacciatori di teste e specialisti del settore non riescono a uscire dall'impasse, ed è difficile pure per i rappresentanti politici fornire una soluzione.

Tutte queste persone non dovrebbero far altro che partecipare a una festa di diploma di specialisti in marketing! Anche durante una delle ultime cerimonie, che ha avuto come palcoscenico d'onore il centro congressuale KKL di Lucerna, e che si è tenuta sabato 2 luglio 2016, era infatti impossibile non accorgersi di quanto fosse numerosa la rappresentanza femminile, e quanto successo essa riscuota: sui complessivi 634 neospecialisti di marketing che hanno ricevuto l'attestato federale, la

In apertura, a sinistra, incontro dei vertici del settore Marketing presso il KKL di Lucerna: da sinistra, Uwe Tännler, presidente Swiss Marketing; Brigitte Örtli, ex campionessa di sci e cofondatrice della Swiss Marketing Academy; Andreas Balazs, presidente della commissione d'esame.

In questa pagina, accanto, Barbara Felix, distintasi come la migliore studentessa dell'anno fra i 634 allievi che hanno superato con successo l'esame di specialista in marketing nel 2016.

Al centro, un allegro e festoso gruppo della Svizzera francese festeggia la consegna del diploma. Sotto, la performance della band Yokko, che con il suo sound ha fatto ballare il pubblico del KKL.



mamente mirato: «Dal percorso formativo è possibile trarre molte conoscenze da applicare poi all'attività lavorativa di tutti i giorni», ha spiegato. Nell'ambito del corso di qualificazione per specialisti in marketing, la teoria e la pratica sono due tasselli che si incastrano perfettamente fra di loro. Tutto ciò ha positive ricadute sia nei confronti dell'aspirante specialista, sia nei confronti dell'azienda per cui lavora. «Fondamentalmente, ho studiato per entrambi: per me stessa e per il mio datore di lavoro», ha sintetizzato la giovane.

Triplice risultato. Presenti alla serata del 2 luglio scorso 1.300 persone, provenienti da tutta la Svizzera e dai paesi limitrofi. Organizzare al meglio la festa di diploma per specialisti di marketing non è stato difficile per l'associazione professionale Swiss Marketing, abituata a gestire questa tipologia di eventi. Quello di quest'anno è stato, tuttavia, un evento speciale, perché organizzato da una persona che ha fatto parte dei partecipanti: Lynn Uiker. La Junior Project Manager presso l'agenzia di eventi standing ovation ha conseguito in tal modo un triplice risultato: ha organizzato la festa di diploma per specialisti di marketing, ha sostenuto con profitto gli esami e si è diplomata a pieni voti.

La moderatrice della festosa serata, Melanie Winiger, ha condotto l'evento con la sua nota professionalità, con il suo consueto fascino e rivolgendosi al pubblico in modo mirato. Al microfono, l'esperta coordinatrice trilingue è sempre stata molto attenta a porre i candidati al centro del-



Risultati brillanti, anche per il Ticino

Lo Swiss Marketing Award 2016, l'Oscar del marketing svizzero per il migliore dell'anno, è andato a **Barbara Felix**.

Nelle materie scritte si sono inoltre distinte per risultati eccellenti: **Claudia Graf** (concetto di marketing), **Sonja Stöckli** (comunicazione integrata), **Jana Hochreutener** (vendita e distribuzione), **Sarah Kalule** (ricerca di mercato) e **Bianca Groner** (contabilità/controlling).

Nelle materie orali si sono distinte: **Michaela Vock** (concetto di marketing), **Chiara Forster** (comunicazione integrata) e **Sandra Lehmann** (tecniche di presentazione e di comunicazione). Degno di nota è il fatto che ad ottenere l'Award sia stata anche una ticinese - Chiara Forster, appunto -, che ha ottenuto il massimo dei voti nella categoria "Comunicazione integrata esame Orale".



Due grandi ticinesi: Chiara Forster, la migliore dell'anno in comunicazione integrata orale (a sinistra), e la presentatrice Melanie Winiger.

l'attenzione: questo sì che è "marketing rock 'n'roll!". A movimentare ulteriormente l'evento, un poliedrico trio di spicco nel mondo dello spettacolo locale: i percussionisti dei Drums2Streets, che con i loro beat e un'ondata di energia hanno fatto letteralmente tremare le pareti del

KKL di Lucerna. È stata poi la volta del comico Ruud van Bimmelen, famoso per i suoi giochi di parole, il quale, nonostante le sue origini olandesi, ha saputo risultare convincente sulla sua "swissness": «I miei genitori mi hanno concepito in un camper presso il campeggio Campofelice di Tene-

ro», ha ironicamente spiegato. Infine, si è esibito il quintetto rock Yokko che, grazie al suo sound Atlantic Wave, ha eseguito una performance musicale davvero sensazionale. Uno spettacolo del tutto in linea con l'atmosfera della serata, perché anch'esso carico di grandiosi risultati.

A scuola di Marketing

Quale il percorso formativo per ottenere l'Attestato Professionale Federale di Specialista in Marketing, che fornisce - ai giovani ma non solo a loro - ottime possibilità di inserirsi da subito nel mondo lavorativo?

Abbiamo incontrato Stefano Airoidi, docente e responsabile di SMSchool, che ci ha illustrato scopi e finalità della Scuola, che organizza il corso preparatorio per ottenere l'Attestato Professionale Federale di Specialista in Marketing.

Quali sono i benefici concreti per chi ottiene l'Attestato Professionale Federale di Specialista in Marketing?

La carta vincente è la possibilità di essere immediatamente collocabili nel mondo del lavoro, con una specifica competenza e capacità operativa. La formazione è di tipo duale, caratteristica della formazione professionale in Svizzera. Ciò permette di orientare sistematicamente il programma alle reali necessità del mondo professionale, basandolo sull'acquisizione delle conoscenze, ma soprattutto sulla capacità

di saperle mettere in pratica, acquisendo quindi il "saper fare". Per i futuri datori di lavoro questo significa disporre di collaboratori da subito produttivi, senza la necessità di doverli indirizzare a ulteriori periodi di stage pratici, come accade con la maggior parte degli studenti con Bachelor o Master.

Chi è il candidato ideale per seguire i vostri corsi?

Chi ha conseguito un Attestato Federale di Capacità o un titolo superiore e che, dopo almeno due anni di pratica professionale, desidera ampliare le proprie conoscenze nell'ambito del marketing o ambisca ad una posizione gerarchica superiore. Imprenditori indipendenti hanno così la possibilità di scoprire un nuovo approccio al mercato e approfittare delle opportunità che lo stesso offre.

Cosa differenzia la vostra formazione rispetto a quella offerta da laurea Bachelor o Master?

Recentemente, Peter Petrin, Vicepresidente di Swiss Marketing, ha rilasciato una dichiarazione, che qui riportiamo: "Gli esperti di formazione in Svizzera e oltre confine ritengono che la nostra formazione duale rappresenti un grosso punto di forza. È anche grazie ad essa che la percentuale di disoccupati in Svizzera è molto più bassa rispetto a quella di altri Paesi, che invece si limitano a proporre esclusivamente lauree Bachelor e Master. In molti di questi Paesi non è raro incontrare laureati costretti a svolgere qualsiasi tipologia di lavoro, o addirittura a doversi accontentare di lavori occasionali. È evidente che il titolo accademico conseguito non ha portato loro quello che si aspettavano.

Questo destino non spetta invece né ai nostri specialisti di Marketing APF, e neppure ai diplomati Marketing Manager SSS. Il perché è insito nella struttura stessa della formazione, che non prevede solo la trasmissione di un bagaglio di nozioni teoriche, ma anche quella di esperienze pratiche, importantissime per il mondo del lavoro".

I datori di lavoro conoscono questo titolo?

Fino al 2009 la denominazione della formazione era quella di "Tecnico di Marketing". Successivamente si sono riorganizzati i titoli e ora l'esatta dicitura della formazione è: "Specialista di Marketing con Attestato Professionale Federale". È circa 35 anni che le associazioni professionali organizzano questo esame che, per chi volesse intraprendere un'attività nel settore del Marketing, è considerato una tappa essenziale. In Svizzera, la possibilità che offre questa scuola di migliorare le proprie conoscenze e la propria posizione professionale a chi ha conseguito un APF o una scuola di base come la commercio, è apprezzata sia da chi segue i corsi, sia dagli stessi datori di lavoro. Il fatto stesso di rimettersi sui banchi di scuola dopo un'esperienza lavorativa è indice di passione e di volontà ad impegnarsi, doti particolarmente apprezzate da tutti i responsabili delle Risorse Umane.

Che tipo di impegno comporta seguire questa formazione?

Nel corso di un colloquio preliminare, rendiamo noto a tutti i candidati che il corso è impegnativo. Del resto, se così non fosse, il titolo di "Specialista in Marke-

ting APF" non risulterebbe così apprezzato. Materie come Contabilità e Statistica sono importanti, e quindi consigliamo di rivedere, prima del corso, le nozioni scolastiche acquisite e magari dimenticate. Le altre materie sono da considerarsi per tutti nuove (o quasi) e durante le lezioni forniamo le basi per il "Saper", con gli esercizi consolidiamo il "Saper fare" e prepariamo al "Fare". Aggiungo che, nel corso degli ultimi anni, più di 285 ticinesi hanno superato questo esame. A riprova del fatto che, con un po' di impegno e di attenzione, l'ottenimento dell'attestato è fattibile.

Come si caratterizza l'approccio di SMSchool all'insegnamento?

Prima di tutto abbiamo acquisito l'esperienza di trent'anni di insegnamento nell'ambito del Marketing. Proseguiamo infatti nel solco di una linea già tracciata in passato, in modo molto professionale, dallo Swiss Marketing Club Ticino. I docenti sono tutti professionisti attivi nell'ambito delle materie che insegnano, e questo permette di aggiornare costantemente i programmi e portare in aula non solo quanto riportato sui libri di testo, ma anche un bagaglio di esperienze personali. Gli esempi pratici sono fondamentali, e per questo abbiniamo alle lezioni delle esperienze pratiche e organizziamo delle visite presso i partner più importanti, come ad esempio Admeira, Publicitas, MediaTi Marketing e SGA Affissioni. Inoltre, SMSchool fa parte delle scuole affiliate a Swiss Marketing Education e a CS Comunicazione Svizzera. Questo ci permette anche di avere incontri con gli specialisti in materia e di ottenere dell'ottimo mate-



Stefano Airoidi, docente e responsabile di SMSchool. Sotto, alcuni studenti in aula.

riale per condurre delle esercitazioni pratiche.

Esiste una parificazione del titolo a livello europeo?

Mediante una semplice procedura è oggi possibile parificare lo Specialista in Marketing APF con il titolo europeo di "Junior Marketing Manager".

Come si possono ottenere delle informazioni più dettagliate?

Si può inviare una mail a info@sms-edu.ch oppure telefonare allo 091/743 03 40. Oppure ancora si può fissare un appuntamento e verificare di persona la possibilità di seguire i corsi.

Quando avrà inizio il prossimo corso? L'11 ottobre 2016, e porterà ad un primo esame - denominato Markom - nell'agosto 2017, agli esami scritti di Specialista di Marketing nel gennaio 2018 e agli esami orali nell'aprile 2018.

SMSchool propone anche altre formazioni?

Le competenze di SMSchool si sono focalizzate nei settori del Marketing, del Management, della Comunicazione assertiva e della Vendita comportamentale. Organizziamo dei seminari con durata variabile, da uno a cinque giorni. I partecipanti sono imprenditori, dirigenti e capi responsabili.

Ci può fornire qualche esempio di seminario?

Certamente: Il Management e lo sviluppo dei talenti - Le tecniche di vendita base e avanzate - La comunicazione assertiva.

Il programma completo è consultabile sul sito: www.sms-edu.ch

Elena Steiger

