



Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e delle Piccole
e Medie Imprese
Macerata



CONFCOMMERIO
UNIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO
MARCHE CENTRALI



DIVINI
ATTIVITÀ TECNICHE
TECNOLOGICHE
SISTEMI INTEGRATI

Soggetto attuatore:
L.A.C.A.M.
Via Raffaello, 13 – Matelica (MC)

Svolto presso:

MARTIN BRANDO DI RICCIARELLI DANIELE
via Sant'Ubaldo, 41 Monsano (AN)

RELAZIONE FINALE STAGE

CORSO I.F.T.S.

Digital Social Media Specialist

Finanziato dalla Regione Marche P.O.R. Marche – FSE 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4.- R.A.

10.6. Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di
Istruzione Formazione Tecnica Superiore – IFTS 2021-2022. D.D.P.F. n. 692/IFD DEL
28.6.2021 e

D.D.P.F. n. 1142/IFD del 18.10.2021 - Sch. SIFORM2 n.1083357

Di

Carlo Liberti



Martin Brando
di Daniele Ricciarelli

Via Venezia 6/A | 60055 Monsano (AN) Italy
www.martinbrando.com | tel. +39 329 6667 621
p.iva 02619752421 | p.f.: RCCPDL60B28E368C

[ALUNNO]

Carlo Liberti

[TUTOR AZIENDALE]

[Signature]

I INTRODUZIONE

La possibilità di poter effettuare un'esperienza presso un'azienda del settore in cui ci si vuole specializzare rappresenta un momento importante del percorso di formazione per noi studenti, visto che ci aiuta a sperimentare se le competenze acquisite sono state sufficienti per entrare in quel settore lavorativo.

Avere modo di poter mettere mano a quel mondo di cui fino ad allora si è sentito solo parlare in linea maggiormente teorica è importante e fa la differenza rispetto ad un normale corso online. La possibilità di sbagliare in prima persona spesso aiuta a fare più nostro un determinato concetto o a ricordarci meglio un determinato procedimento.

Il contenuto di questa relazione è stato svolto presso l'agenzia di marketing e comunicazione Martin Brando a Monsano AN.

Durante la mia attività di stage ho avuto modo di confrontarmi nella realtà di un'agenzia di comunicazione. Le agenzie di questo tipo si occupano di promuovere l'immagine, il business ed i prodotti o servizi di un'azienda. Hanno come obiettivo quello di rendere conosciute le attività dei propri clienti pubblicizzando il loro brand in diversi modi con il fine di incrementare le vendite. Le strategie messe in atto dall'agenzia, sono orientate a creare un'identità ben definita nel mercato di riferimento di un'azienda o di un prodotto/servizio.

Queste agenzie lavorano sia offline che online. La parte offline della comunicazione è quella che comprende le azioni svolte al di fuori del web (volantinaggio, fiere, pubblicità radiofoniche o televisive e via dicendo). La parte online invece si basa sulla pubblicizzazione del brand tramite la rete internet, come ad esempio il lavoro sui social, l'eventuale sito web ed il controllo del posizionamento dei siti legati all'azienda cliente sui motori di ricerca e questo avviene tramite campagne Google AdWords, Facebook Ads, e strategie SEO.

La composizione di un'agenzia a livello di team lavorativo di solito prevede: un direttore creativo che si occupa di definire le strategie da utilizzare e dirige gli altri; poi vi è l'account manager che fa da parte mediatrice fra agenzia e clienti e comunica ai colleghi ciò che il cliente desidera; un copywriter che si occupa di scrivere catch-phrase e della comunicazione scritta in generale; ed un grafico che interagendo con il copywriter si occupa del design dei contenuti.

II L'AZIENDA OSPITANTE

La mia attività di stage ha avuto inizio a Dicembre 2022 e si è conclusa a Febbraio 2023 per un impegno complessivo di 290 ore. Ho avuto modo di eseguire questa formazione presso l'agenzia di comunicazione Martin Brando, situata in via Sant'Ubaldo, 41 a Monsano.

Lo stage si è svolto all'interno della stessa nei giorni feriali dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00, con un'ora di pausa pranzo, per poi riprendere dalle 14.00 fino alle 18.00 con la supervisione del responsabile Daniele Ricciarelli.

Il core dell'agenzia è composto da quattro soci (Daniele Ricciarelli che si occupa dei progetti e relazioni con i clienti, Alessandro Spurio che tratta la parte del web e dell'e-commerce, Silvia Ciccomascolo che fa content design ed architettura dell'informazione ed infine Lorenzo Pirani addetto ai social media e gli advertising) e da quattro dipendenti che si occupano di digital strategy & content design, graphic design, amministrazione e relazione con i clienti, Google analytics e junior ADS. In aggiunta ci sono diversi collaboratori esterni che variano in base alle necessità lavorative aziendali.

L'obiettivo della stessa è di guidare i propri clienti nell'ottenere più visibilità sul mercato e costruire una strategia di comunicazione che funzioni e possa permettergli di convertire e crescere. Il loro modo di lavorare invece è quello di ascoltare i propri clienti costruendo insieme il percorso che li possa rappresentare meglio a raggiungere il target più adatto alle loro esigenze, il tutto viene eseguito con un ottimo lavoro di squadra.

Martin Brando nasce dalla voglia di Daniele, che dopo circa trent'anni di esperienza nel mondo della comunicazione, ha convogliato il tutto sulla creazione di sistemi di comunicazione integrata che privilegiano i nuovi media, dando così una forma dell'identità on-line ed off-line dei brand. Così, insieme a Cristiano Carriero ed altri amici, nel 2016 danno vita a questa realtà.

Purtroppo l'inizio di quest'avventura non è avvenuto nel migliore dei modi, visto che a pochi giorni dall'inizio ho contratto il covid e ho dovuto posticipare lo stage di una settimana per potermi negativizzare. Finalmente lunedì 12 dicembre mattina, dopo aver sbrigato alcune commissioni presso l'agenzia immobiliare, mi reco in agenzia.

La prima sensazione che mi ha dato la struttura vista da fuori è di serietà, poi una volta entrato nella parte della reception che è un locale alquanto spazioso, la sensazione diviene di eleganza

mista ad un pizzico di curiosità data la presenza di alcuni fari da proiezione simili a quelli usati nei servizi fotografici e oggetti simili. Di fronte a me si trovava una scala a chiocciola che portava al piano di sopra dove ero già a conoscenza si trovassero gli uffici. In cima alla scala si apriva un vasto atrio molto ben illuminato grazie al grosso lucernario, l'attenzione a quel punto viene catturata prima dalle varie porte degli uffici (soprattutto da quella della sala riunioni, riconoscibile dal fatto che è in vetro satinato), poi dalle varie piante che danno colore all'atmosfera ed in seguito da una lunga scaffalatura posta al fianco di alcune comode poltrone contenente svariati libri tutti inerenti ai vari aspetti che compongono le task di questo tipo di lavoro, sopra la quale spicca una grossa scritta "we love you! 😊" fatta a muro con la vernice spray fucsia e da alcune frasi motivazionali scritte con un pennarello nero. A questo punto, proseguendo verso gli uffici si passa per la sala relax, una grossa stanza con alcuni tavoli, sedie, poltrone, ma della quale le cose che saltano subito all'occhio sono due scaffalature una a sinistra contenente altri libri ed una a destra contenente dei dischi in vinile. Fra le due sveltano imponenti due gigantesche casse d'epoca ed un sofisticato sistema di audio, vicino al quale vi è anche un giradischi. Questa sala viene solitamente usata per quando si fa qualche rinfresco o si accoglie qualche ospite. A sinistra di questa vi è la sala ristoro che è organizzata al fine di ospitare una cucina, e vi sono tutte le attrezzature per scaldare il pranzo, fare il caffè e via dicendo. Infine, proseguendo ulteriormente, troviamo l'ufficio dove ho trascorso questo periodo. È una stanza molto vasta che contiene tre grossi agglomerati di tavoli messi a formare tre quadrati, in modo da facilitare la possibilità di collaborare fra di noi. L'ufficio è molto bello ed accogliente ed oltre alle varie attrezzature, armadi ecc, vi sono anche qui delle casse collegate ad un sistema bluetooth.



III ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO ED INSERIMENTO IN AZIENDA

Il primo giorno, dopo essere arrivato mi sono diretto a quello che sapevo sarebbe stato il mio posto, dove Daniele uno dei soci proprietari dell'agenzia nonché mio tutor, mi attendeva con un portatile già pronto per me. Abbiamo poi terminato di migliorare la postazione con l'aggiunta di un secondo schermo ed altre apparecchiature. Poi per non dare fastidio agli altri che lavoravano, siamo andati nella sala relax dove mi ha presentato con concisione gli ideali dell'agenzia, il modo in cui lavora, come viene organizzato il lavoro da fare quotidianamente. In questo modo mi è stato possibile contestualizzare il tipo di esperienza che avrei effettuato successivamente. Per il resto della giornata nel mentre mi veniva organizzato del lavoro da fare, mi sono stati suggeriti dei libri da leggere ("Pretotype it" di Alberto Savoia, "Agile company" di Marco Dussin ed Ivano Masiero) che ho iniziato e poi portato avanti nel tempo libero a casa o se capitava un momento che non avevo da fare a lavoro. Nell'arco della giornata, ho avuto modo di conoscere i restanti soci ed alcuni degli altri colleghi.

Il giorno seguente mi è stato affidato il primo compito, ossia ordinare ed archiviare della documentazione e caricare alcuni file. Il terzo giorno invece con Daniele abbiamo caricato delle interviste ad un nuovo cliente e le abbiamo poi inserite in un programma per il de-roll, il tutto a monte di un lavoro più articolato che ne sarebbe poi conseguito.

Mi è stato illustrato che quando si trova un nuovo possibile cliente, ci sono vari passaggi che se eseguiti bene possono portare ad un nuovo lavoro per l'agenzia, ma soprattutto alla soddisfazione nel cliente, il cui fine è quello di ottenere visibilità e convertirla in denaro. Questi vanno a comporre la presentazione che verrà poi discussa in una riunione con lo stesso e si dividono in:

- INTERVISTE: Le interviste vengono fatte a voce e servono per sapere quali siano i bisogni del cliente ed eventuali problematiche che esso possa avere all'interno della sua realtà lavorativa, a questo punto vengono fatte delle proposte sul come potrebbero essere risolte e valutarne risposte e reazioni. Il tutto viene solitamente registrato in modo da non perdere eventuali dettagli che a primo impatto potrebbero "non saltare all'occhio".

- DE-ROLL: Viene eseguito caricando il file audio dell'intervista su un programma in sviluppo che "aiuta" trasformando l'audio in parole, anche se non è completamente affidabile, ma comunque facilita molto nel rimandare indietro di poco ed aspetti tecnici di questo genere.
- PRE-PROGETTAZIONE: A questo punto si stilano dei punti che vanno rivisti con il cliente, di quella che poi sarà la presentazione effettiva, in base alla quale poi potrà decidere se lavorare con noi o meno. Fra questi punti vengono fatte ulteriori interviste sia ai proprietari che ai dipendenti con i ruoli più importanti. Una volta de-rolled, le risposte di ognuno vengono riportate sotto la lista delle domande fatte, in modo da poter confrontare il punto di vista di ognuno e trovare eventualmente nuovi aspetti per offrire un servizio il più completo possibile.
- BRAINSTORMING: Da questa lista di risposte vanno estrapolati i vari aspetti positivi e negativi dell'attività sotto il maggior numero di aspetti possibili, in modo da sapere a colpo d'occhio su quali dovremmo suggerire migliorie, modifiche o quali evitare.
- PREVENTIVO
- PERSONAS & CUSTOMER JOURNEY: Si studia il customer journey per capire quale target di mercato sia quello più adatto a quella particolare azienda ed in base a quello si iniziano a creare le personas (non sono altro che "il cliente perfetto per il tipo di prodotto che viene venduto").
- DEFINIZIONE OBIETTIVI E AZIONI: Una volta che la situazione sulla quale muoversi è chiara, ci si riunisce per dividerci il lavoro da fare.
- DASHBOARD: Vengono create delle dashboard basate sui dati presi da internet riguardanti l'attuale andamento dell'azienda (Google Analytics, SEO e via dicendo) e si traccia un percorso di ciò che serve per portare un miglioramento a tutto ciò.
- PIANO EDITORIALE: Un calendario di quelle che saranno le uscite periodiche di materiale sui social dell'azienda, ed in caso sia necessario un suggerimento su quali siano quelli più efficaci per quella determinata situazione.
- PRESENTAZIONE FINALE: Si mettono insieme tutti i passaggi precedentemente fatti in un unico documento "in bella copia", il quale andrà esposto al cliente con tanto di costi di ogni passaggio, in una nuova riunione, a quel punto starà a lui valutare se decidere di intraprendere un rapporto lavorativo o cercare altrove.

Durante questi due mesi mi sono occupato prevalentemente della parte di de-roll delle interviste, del brainstorming, un po' della pre-progettazione e delle personas per diversi lavori, il tutto interfacciandomi con i colleghi che sono stati tutti molto gentili e disponibili. Nella parte conclusiva del mio stage, dopo essere entrato più nell'ottica di come funzionava, Daniele mi ha proposto di effettuare personalmente delle interviste telefoniche a delle

agenzie di produzione cinematografiche per un nuovo progetto di lavoro. Oltre a queste cose ho avuto modo di passare qualche ora a “mettere mano” sulla ricerca di parole chiave per i siti online e a fare qualche tracciamento per questi siti, ma prevalentemente mi sono occupato di quanto scritto sopra.

In questo percorso ho avuto modo di apprendere qualcosa anche su dei programmi come Everhour, che utilizzavamo prevalentemente per segnare il tempo che impiegavamo in una determinata pratica; Asana programma molto comodo per la divisione dei ruoli in un determinato lavoro che permette anche di tenere conto del tempo passato su ogni mansione ma che allo stesso tempo riesce a contenere link, dati e direttive. Ho fatto qualcosina anche su Miro, programma simile ad una lavagna digitale molto comodo per organizzare il lavoro o per creare una mappa concettuale, di questo programma avevo già un’idea visto che ce ne aveva parlato il prof. Giraldi, che ringrazio molto per avermi dato modo di conoscere questa realtà in cui mi sono trovato molto bene.

IV ESPERIENZA A MALTA

L'esperienza a Malta ha rappresentato l'ultimo capitolo di questa esperienza. Ha avuto i suoi momenti di distrazione, fra i quali ci sono state comunque esperienze interessanti dal punto di vista didattico, ed ha contribuito a fare in modo di conoscerci meglio fra di noi.

Andando invece nello specifico della parte delle lezioni, sono state molto interessanti. Abbiamo già visto la parte del curriculum durante il corso, ma fare un ripasso dell'argomento, completamente in inglese e con l'insegnante che ci insegnava le forme più corrette per dire determinate cose è stato interessante. Per quanto riguarda la lezione sul marketing, ne sono rimasto molto colpito, il professore era molto chiaro e diretto nella spiegazione e nonostante fosse in inglese è riuscito chiaramente a far passare i concetti importanti senza tergiversare troppo in conversazioni che potevano distrarre da quello che era il focus dell'argomento. Anche il lavoro che ci ha proposto è stato stimolante, ed inoltre mi ha fatto piacere rendermi conto che alcune dei passaggi necessari, erano cose già fatte allo stage, che a questo punto risultavano più facili da fare. Mi sarebbe piaciuto poter partecipare alle sue lezioni per almeno una settimana intera.

In conclusione è stata un'esperienza positiva che mi ha aiutato a migliorarmi con l'inglese parlato e ad acquisire nuove conoscenze.

V CONCLUSIONE

Questa è stata un'esperienza che difficilmente potrò dimenticare sia sotto un punto di vista personale che sotto quello lavorativo. Ho fatto varie esperienze fuori casa, ma per quanto fossi da solo, ero sempre appoggiato a qualcuno, che fossero i titolari di una struttura alberghiera o amici. Questa volta invece ho avuto modo di gestire il lavoro e la vita a casa e di dover trovare il modo per organizzare le giornate in modo da farci entrare tutto ciò che serviva e far funzionare il tutto. È stata un'esperienza che mi ha dato da pensare sia su me stesso che sul futuro, purtroppo è durata soltanto due mesi e quindi si è interrotta quando iniziava a diventare interessante.

Per quanto riguarda il lato più professionale invece, la parte che ho trovato più difficile è stata il momento di primo impatto con questo mondo, che essendo molto più vasto di quanto avessi immaginato mi ha fatto rendere conto di non essere così preparato come credevo. Le conoscenze teoriche acquisite durante il corso, mi hanno dato sicuramente un'idea generale, cosa che inizialmente non avevo, ma lo step successivo e più importante sarà quello di scegliere un ramo e specializzarmi su quello, in modo da avere una conoscenza generale, ma brillare in uno dei vari aspetti di questo settore. Grazie all'esperienza praticata in questi due mesi, ho avuto particolarmente modo di apprezzare la parte in cui si entra a contatto con il cliente, con realtà di cui magari prima non conoscevo nulla e ci vengono passate nozioni ed informazioni (anche su esperienze personali del cliente) che vanno in qualche modo ad arricchirci, ma la cosa bella è saper trovare una soluzione ed impostare un piano che possa aiutare il cliente a raggiungere ciò di cui necessita in un costante scambio di informazioni. Inoltre ho imparato ad apprezzare ancora di più il lavoro di squadra grazie anche alla disponibilità di tutti all'interno dell'agenzia, ho avuto modo di godermi la soddisfazione di consegnare un lavoro entro i tempi necessari o anche prima, cosa che in una delle mie precedenti esperienze lavorative non sempre era fattibile.

Una volta terminato tutto questo percorso vorrei valutare se puntare a specializzarmi nel settore SEO, dove c'è una buona domanda, oppure puntare a qualcosa come l'account o il product owner, accompagnato da qualche conoscenza sulle IA che stanno prendendo parecchio piede nell'ultimo periodo.

VI BIBLIOGRAFIA

Libro: di Marco Dussin, Ivano Masiero. Agile Company Edizione a cura di Egea

Libro: di Alberto Savoia. Pretotupe it -Pretotipare- Edizione a cura di Leonardo Zangrando