

Soggetto attuatore:

L.A.C.A.M.

Via Raffaello, 13 – Matelica (MC)

Svolto presso:

MULTIRADIO S.r.l.

Galleria Europa 14, Tolentino (MC)

RELAZIONE FINALE SULL'ATTIVITÀ DI STAGE

RELAZIONE STAGE CORSO I.F.T.S.

Digital Social Media Specialist

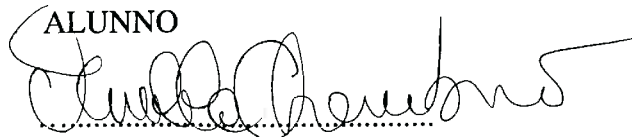
Finanziato dalla Regione Marche P.O.R. Marche – FSE 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4.- R.A. 10.6. Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di Istruzione Formazione Tecnica Superiore – IFTS 2021-2022. D.D.P.F. n. 692/IFD DEL 28.6.2021 e D.D.P.F. n. 1142/IFD del 18.10.2021 - Sch. SIFORM2 n.1083357

di

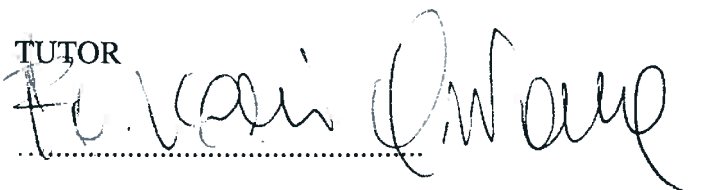
ORNELLA CHERUBINO

AZIENDA **Multiradio** s.r.l.
L'Amministratore Unico
FORCONI ORIANA

ALUNNO



TUTOR



INDICE

PREMESSA	pag. 2
1.L'AZIENDA OSPITANTE	
1.1. Dalle origini al successo: la storia di Multiradio in breve	pag. 3
1.2. Dimensioni e struttura	pag.4
1.3. Vision, mission e valori che la rendono unica	pag. 5
1.4. Target: a chi si rivolge	pag.6
2.INSERIMENTO IN AZIENDA E ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO	pag.7
3. L'ATTIVITÀ DEL PERCORSO	pag.8
CONCLUSIONI	pag.15
REPORT SULLO STAGE INTERNAZIONALE A MALTA	pag.16

PREMESSA

Ritengo l'esperienza di uno stage un'opportunità unica per acquisire competenze pratiche e conoscenze approfondite in un determinato campo, perché si ha la possibilità di lavorare a stretto contatto con professionisti esperti e di mettere in pratica le teorie apprese in aula. Un'attività fondamentale per completare un iter formativo di buon livello.

L'attività di stage può concretizzarsi in progetti specifici e dare la possibilità di contribuire attivamente al lavoro dell'azienda, ma si può anche partecipare a sessioni di formazione e workshop per approfondire determinate conoscenze.

Inoltre, lo stage offre l'opportunità di sviluppare abilità trasversali come il lavoro di squadra, la comunicazione e la risoluzione dei problemi. Determinate soft skills sono molto ricercate dai datori di lavoro e possono costituire un valido aiuto per distinguersi nel mercato del lavoro ed avviare con successo la propria carriera professionale.

In questo corso sono state previste due attività di stage, che ho da subito giudicato positivamente: una da 290 ore da svolgere in un'azienda locale ed un'altra di 30 ore da fare a Malta.

Io ho avuto la fortuna di svolgere il mio stage presso l'azienda Multiradio Srl di Tolentino (MC), una realtà locale solida, con più di quarant'anni di attività alle spalle che ha dimostrato di perdurare nel tempo per la sua adattabilità alle condizioni mutevoli sia interne che esterne, ma soprattutto grazie alla semplicità, positività e professionalità con la quale ha saputo fidelizzare i clienti e instaurare relazioni importanti e durature. Una realtà radicata nel comune dove risiedo e che quindi ben conosco.

In questa relazione dunque descriverò la mia esperienza di stage presso Multiradio Srl e illustrerò come questa occasione mi abbia arricchito e fornito una base imprescindibile per il mio futuro professionale oltre ad un breve report sull'esperienza vissuta a Malta.

1. L'AZIENDA OSPITANTE

1.1. Dalle origini al successo: la storia di Multiradio in breve

L'emittente radiofonica Multiradio, con sede a Tolentino (MC), ha una storia lunga più di quarant'anni. Già in vita dal 1975, è tra le prime emittenti radiofoniche private locali: assume però l'attuale nome nel 1984, dopo l'assorbimento di altre emittenti. E' perciò un'azienda consolidata e conosciuta in tutto il territorio marchigiano.

Multiradio è una testata giornalistica registrata al Tribunale di Macerata dal 1985, diretta da un giornalista/pubblicista iscritto all'Albo. Dal 1987 è riconosciuta dal Dipartimento Editoria e Informazione della Presidenza del Consiglio dei Ministri. E' iscritta nel Registro Nazionale della Stampa e nel Registro Nazionale delle Imprese Radiotelevisive.

Nel 1994 ha ottenuto la concessione per la Radiodiffusione sonora dal Ministero P.T.

Multiradio è anche un mezzo pubblicitario efficace ed economico. La programmazione e la diffusione della pubblicità è completamente computerizzata dal 1992: ciò garantisce la sicura emissione di ogni singolo spot rilasciando, su richiesta, anche la precisa certificazione oraria di ogni passaggio.

Dal 2007 l'azienda edita un suo periodico "Multi Press News": ottomila copie di informazione sull'attività dell'amministrazione locale e pillole di storia, ambiente e sanità ma anche di controinformazione interamente dedicate alla città di Tolentino, che distribuisce gratuitamente in tutto il comune.

Attualmente vive una fase di cambiamento dovuta all'avvento del Digital Audio Broadcasting (DAB+), nonché la trasmissione digitale del segnale radio. In attesa del passaggio al segnale digitale, Multiradio trasmette via cavo, FM (trasmissione segnale radio tramite modulatore di frequenza) nelle province di Macerata, Fermo ed Ancona ed anche via internet dal 1996.

1.2. Dimensioni e struttura

Multiradio è una piccola azienda che ha sede a Tolentino ed i suoi uffici sono situati all'ultimo piano di un palazzo di Galleria Europa, al civico 14.

Lavorano stabilmente in sede quattro dipendenti, oltre alla titolare e ciascun dipendente ha competenze specifiche e differenziate. Rispettivamente si tratta di una giornalista, uno speaker, un tecnico ed una back office commerciale. Poi si aggiungono altri quattro speaker che si recano negli studi di Tolentino solo per registrare i loro programmi che verranno trasmessi nel weekend. Infine a completare lo staff con collaborazioni occasionali, sono giornalisti che editano il periodico mensile ed un deejay che mette la musica ad eventi privati o pubblici diretti da Multiradio.

La sede si compone di diversi uffici ed un lungo ingresso dove sono esposte maxi cornici di fotografie che raccontano la storia dell'azienda: titoli, eventi, ospiti importanti e persone chiave che hanno contribuito al successo dell'emittente. Un modo per celebrare il passato e la sua eredità, che crea un senso di orgoglio e appartenenza ai dipendenti ed ai visitatori dell'azienda.

Vi sono poi, l'ufficio personale della titolare, un ufficio commerciale e due piccoli studi di registrazione, uno specifico per la registrazione dei notiziari e l'altro per i diversi programmi radiofonici registrati dagli speaker che non trasmettono in diretta. Una sala registrazione più grande, è quella dove, sia la giornalista/conduuttrice che gli altri speaker trasmettono le dirette radiofoniche e fanno le interviste. Ogni studio ha i pannelli acustici per migliorare la qualità del suono e sono dotati di una zona registrazione dove sono posizionati microfoni professionali e computer per visualizzare testi e scalette ed una zona controllo, dove si trovano i mixer audio e schermi per monitorare il suono.

Inoltre è presente un ufficio dove abitualmente lavora il tecnico/grafico per creare gli spot radiofonici ed infine, una sala riunioni e di accoglienza clienti: uno spazio condiviso, dotato di macchinetta del caffè, dove hanno accesso tutti i dipendenti e dove a parete sono conservati tutti i vecchi dischi a comporre un bellissimo archivio.

1.3. Vision, mission e valori che la rendono unica

Lo scopo per cui Multiradio esiste ed è stata creata è quello di essere voce e manifesto del territorio marchigiano, delle sue eccellenze e fragilità, che lo rendono unico in forza e resilienza, istituendo un'efficace rete di partner, clienti e ascoltatori con la quale aumentare benessere e valore reciproco.

Per Multiradio il concetto di "locale" è alla base di ogni azione da mettere in campo.

E' sua prerogativa:

- fare informazione con spirito di servizio, imparzialità e correttezza;
- dar voce a tutte le realtà attive nel territorio che con il loro operato contribuiscono ad aumentarne il valore;
- rendere l'ascoltatore ed il cliente protagonista sulla radio con le sue opinioni, desideri, la sua attività, opera e talento;
- mantenere con orgoglio l'incrollabile positività di sempre e continuare con un atteggiamento costruttivo a far fronte alle insormontabili difficoltà che ogni giorno si presentano;
- lavorare con forza e vitalità per garantire la miglior offerta di valore, fatta di contenuti, eventi ed esperienze in grado di soddisfare gli ascoltatori ed i clienti tramite un servizio impeccabile e su misura;
- competere con grinta e sicurezza per aggiudicarsi una consistente quota di mercato in fatto di investimenti pubblicitari, promuovendo ai clienti la forza incomparabile del mezzo radio;
- sostenere la radio come mezzo all'avanguardia e affatto superato evidenziando tutti i suoi punti di forza.

Semplicità, positività e professionalità sono i caratteri fondanti di quest'azienda. Il suo legame e amore per il Territorio, le permette di trasmettere con immediatezza quella familiarità e autenticità, che sono la forza e la base di qualsiasi relazione duratura.

La sua storia è determinata dalla serietà, umiltà e fiducia che da sempre ha saputo trasmettere ai suoi clienti ed ascoltatori. La soddisfazione del cliente e la partecipazione degli ascoltatori hanno trasformato il suo lavoro, in passione e coraggio che mette in tutto ciò che fa superando gli ostacoli e sacrifici sempre con il sorriso.

1.4. Target: a chi si rivolge

ASCOLTATORI: Target B2C. Da un'analisi dei dati di ascolto RadioTER- Tavolo Editori Radio, insieme a quelli demografici e socioeconomici tratti da fonti ufficiali è emerso che:

- Multiradio si rivolge prevalentemente agli abitanti residenti a Tolentino dove è nata e ha sede e nel resto della provincia di Macerata, dove la trasmissione del segnale radio è migliore;
- gli ascoltatori sono perlopiù adulti (età compresa tra 35-65);
- non c'è una preponderanza di genere, uno sull'altro. Infatti, seppur nelle fasce d'età propense all'ascolto, demograficamente la popolazione femminile è lievemente maggiore e quindi è legittimo pensare, che un maggior ascolto è diretto a quest'ultima, bisogna tener conto del fatto che i lavoratori sono in maggioranza uomini e quindi, sono loro i più esposti all'ascolto in auto e nei posti di lavoro: luoghi dove si ascolta maggiormente la radio;
- hanno un livello di istruzione medio e la maggior parte sono lavoratori dipendenti impiegati nel settore servizi e industria;
- sono sposati, con figlio/a e la loro spesa è rivolta oltre all'acquisto di beni e servizi di prima necessità, al fashion, arredamento, ristorazione e cultura;
- sono ascoltatori legati al proprio territorio e interessati a conoscere i fatti che accadono nelle loro città, dai fatti di cronaca agli eventi mondani e certamente appassionati di musica.

CLIENTELA COMMERCIALE: Target B2B. La clientela commerciale dell'emittente è composta sia da piccole e medie imprese che operano nel settore edile, dell'arredamento, delle automobili e della pelletteria, che da piccoli negozi al dettaglio di abbigliamento, parrucchieri, centri estetici, ristoranti, bar e tante altre attività del settore servizi, che sono situati prevalentemente a Tolentino e nella provincia di Macerata, oltre ai centri commerciali.

Le imprese che fanno pubblicità sulle frequenze di Multiradio operano sul territorio e quindi pubblicizzano i loro prodotti/servizi nell'intento di aumentare le vendite in loco. Esistono poi imprese/associazioni che utilizzano la radio come media non per vendere un prodotto/servizio, ma per promuovere eventi o feste.

2. INSERIMENTO IN AZIENDA E ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO

Il mio stage è iniziato il 5 dicembre 2022 ed è terminato il 27 gennaio 2023. In questo periodo ho svolto circa 290 ore di pratica, distribuite dal lunedì al venerdì con orario spezzato: 8.30-12.30 / 14.30-18.30.

Il primo giorno in cui mi sono insediata, la titolare mi ha introdotto l'azienda e mi ha fatto conoscere i dipendenti che ci lavorano stabilmente. E' stato un giorno di orientamento e accoglienza per farmi integrare con il resto dello staff e capire come instaurare un'efficace collaborazione. Dal confronto è emerso fin da subito, che:

- l'azienda ha una struttura organizzativa tradizionale e gerarchica, con un approccio conservativo alla gestione del personale e delle risorse;
- l'attività principale dell'azienda è quella di fare informazione e creare buoni contenuti redazionali, oltre all'intrattenimento;
- la raccolta pubblicitaria negli ultimi anni si è ridotta a causa di diversi fattori ed in particolare dopo l'evento sismico del 2016 che ha in parte distrutto e determinato uno spopolamento dell'entroterra maceratese dove Multiradio e la maggior parte della sua clientela commerciale hanno sede e svolgono le loro principali attività.

La tutor mi ha poi raccontato il mondo della radio e spiegato come si stia trasformando con la digitalizzazione: dall'avvento del DUB^A+, della visual radio, della web radio fino all'esplosione del fenomeno del podcasting. Da ultimo mi ha spiegato delle difficoltà a metter in atto cambiamenti per rendere più innovativa l'azienda a causa delle mancanze di risorse economiche ed umane indispensabili da poter impiegare a tal fine ed in ultimo in cosa si sostanzia l'attuale piano promozionale dell'attività.

Uno scambio intenso in cui è emerso lo scarso utilizzo dei canali digitali per promuovere l'azienda e la mancanza di integrazione di tutte le attività off line ed on line della stessa. Per questo, senza esitare, ho proposto di creare una strategia digitale in grado di aumentare le performance aziendali e di far acquisire una maggiore consapevolezza degli strumenti digitali. Un'idea che è stata accolta con favore e quindi sin dal secondo giorno, in autonomia ho valutato come procedere ed è partita così, la sfida lanciata.

3. L'ATTIVITÀ DEL PERCORSO

La strategia digitale è il processo mediante il quale si definiscono la vision, gli obiettivi e le iniziative dell'azienda per massimizzare i benefici economici che scaturiscono da un uso efficiente degli strumenti digitali all'interno dell'organizzazione. Nonché, la pianificazione delle attività di promozione, acquisizione e conversione che l'azienda può realizzare attraverso i canali digitali come, il suo sito web, i social media, le email, le applicazioni mobili e per smart speaker. In generale, una strategia digitale dovrebbe includere: obiettivi chiari e misurabili, analisi del mercato e dei concorrenti, identificazione del target di riferimento, la scelta dei canali di comunicazione, definizione del budget, la pianificazione delle attività ed il monitoraggio e analisi dei risultati.

Io inizialmente mi sono prefissata di definire gli obiettivi, di fare un'analisi di mercato e della diretta concorrenza e di individuare il target facendo un'analisi dei dati di ascolto e di quelli demografici e socioeconomici.

Prima di tutto ho intervistato i dipendenti dell'azienda per raccogliere più informazioni possibili e capire il loro punto di vista riguardo l'attività, il rapporto tra colleghi e in cosa si concretizzassero le mansioni di ciascuno. La prima settimana ho osservato e ascoltato tutti, ho dato una prima occhiata alle pagine social ed al sito web dell'azienda ed ho preso consapevolezza di quanto fosse articolata e complessa quest'attività.

La seconda settimana, con l'avvicinarsi delle vacanze natalizie, la priorità dell'azienda di creare grafiche per i messaggi di auguri da poter inviare ai clienti della radio ha coinvolto anche me e ho dovuto sospendere per qualche giorno l'elaborazione della strategia.

Inizialmente ho fatto delle proposte che tuttavia non hanno avuto successo perché ritenute troppo laboriose e in contrasto con il clima pessimistico che si respirava nell'entroterra marchigiano a causa degli effetti del ritardo circa la ricostruzione messa in atto dopo l'evento sismico del 2016. La titolare più propensa a qualcosa di semplice e sobrio mi ha indirizzata verso la creazione di una grafica con criteri e contenuti specifici, da realizzare in diversi formati: un messaggio di auguri in uno sfondo che avesse ad oggetto l'ingresso addobbato della sede di Multiradio. Così in collaborazione con il tecnico che mi ha aiutato a creare una migliore scenografia, ho scattato varie foto e dopo averne selezionate un paio abbiamo provveduto a migliorarle usando Photoshop.

Lui ha provveduto allo scontornamento di alcuni elementi ed io ho poi definito il colore dello sfondo che in alcuni punti era più sfocato a causa di effetti creati dalle luci natalizie, donandogli uniformità. Ho aggiunto il logo e il testo scritto e inserito gli effetti animati utilizzando lo strumento Canva ed infine ho adattato il contenuto ai diversi formati richiesti. Il risultato è stato molto apprezzato al tal punto che sono seguite altre richieste: la realizzazione di una grafica per un invito a partecipare ad un contest realizzato da Multiradio per una serata di Capodanno a cui Multiradio doveva presenziare ed un'altra, per un messaggio di fine anno da postare sulle pagine social.



Durante tutto il periodo di stage ho realizzato diverse grafiche, ma il lavoro da me principalmente svolto è stata l'elaborazione del piano promozionale. Prima di ritornare all'iniziale compito, ho eseguito però un altro importante compito.

Parlando in quei giorni con la collega che si occupa di parte dell'amministrazione e pubblicità, circa il modo di comunicare con i clienti, mi ha esposto il fatto che non hanno mai realizzato attività di email marketing e che la mailing list dell'azienda non veniva aggiornata da tempo. Ho suggerito a quel punto di provvedere quanto prima ad un aggiornamento e mi sono offerta di collaborare a tal fine.

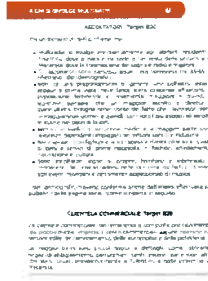
Con l'occasione la titolare mi ha chiesto di fare una ricerca di tutte le aziende del territorio impiegate in determinate settori e creargli un elenco, riportando di ciascuna: la tipologia, l'indirizzo, il numero di telefono e l'email. L'elenco, utile sia per poter aggiornare la mailing list già in loro possesso e oltre che per verificare l'esistenza di nuove aziende da poter contattare e a cui proporre un'offerta, doveva quindi andare a creare una sorta di mappatura delle aziende del territorio che potevano essere interessate a promuoversi tramite spot radiofonici.

Ho realizzato l'elenco facendo ricerche su internet specifiche per settore e provincia ed ho trascritto i relativi indirizzi in un foglio google.

<p>Settore 1</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 2</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 3</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 4</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 5</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>
<p>Settore 6</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 7</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 8</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 9</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 10</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>
<p>Settore 11</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 12</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 13</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 14</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 15</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>
<p>Settore 16</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 17</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 18</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 19</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>	<p>Settore 20</p> <p>Indirizzo: Via ...</p> <p>Telefono: ...</p> <p>Email: ...</p>

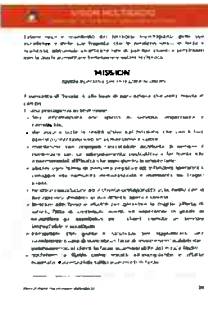
Il lavoro ha richiesto alcuni giorni e solo al rientro dalle vacanze natalizie ho ripreso ad occuparmi dell'analisi per la pianificazione. Ho iniziato a monitorare il sito e le pagine social attraverso meta business manager e google analytics e ho proceduto all'analisi del target.

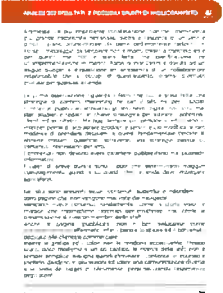
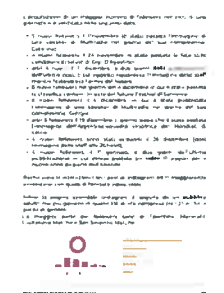
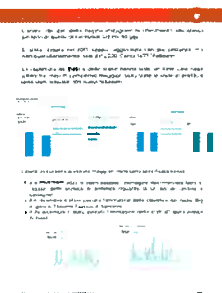
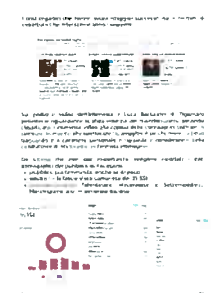
Dall'analisi dei dati di ascolto TER - TAVOLO EDITORI RADIO, dei dati demografici della popolazione marchigiana e maceratese, di quelli socio economici oltre a quelli rilevati dalle pagine social aziendali ho individuato il target. Quindi ho iniziato a scrivere la relazione facendo un'introduzione sull'attuale stato del business dell'azienda, per poi definire offerta e target.



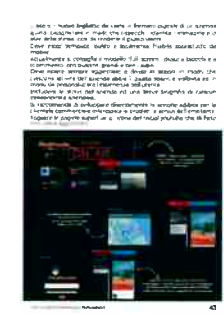
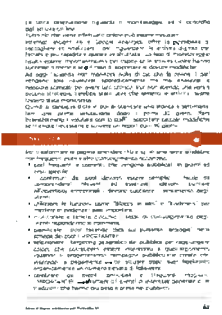
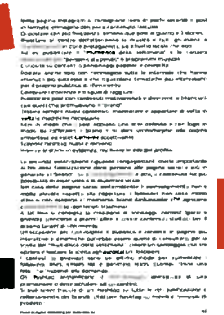
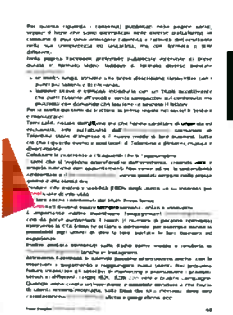
Successivamente ho fatto una breve analisi sulla concorrenza incentrandomi su Radio Subasio, essendo ufficialmente la radio più ascoltata nelle Marche per capire cosa l'ha portata al successo, per poi trascrivere le mie deduzioni.

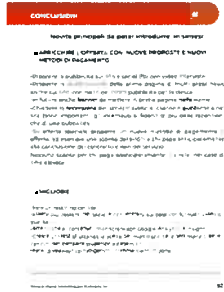
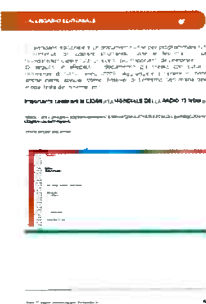
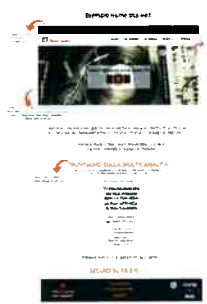
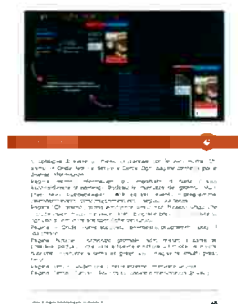
Il passaggio successivo è stato quello di descrivere i punti di forza e debolezza, opportunità e minacce. Poi lo stato del business e del contesto promozionale attuale con focus su sito web e pagine social, facebook ed instagram. Infine ho riportato i dati rilevati durante l'attività di monitoraggio effettuata per tutto il periodo precedente.





Ho concluso facendo l'analisi dei risultati e offrendo spunti di miglioramento sia per il sito web che per le pagine social, dando linee guida per poterle gestire più efficacemente. Ho incoraggiato a rinnovare l'offerta e definirla al meglio per poter veicolare un messaggio coerente con la propria vision, introducendo anche delle novità da poter implementare nell'immediato. Infine ho consigliato di monitorare la loro attività on line e di integrarla a quella off line. Di iniziare a programmare le attività e abbandonare lo stile da battitore libero che improvvisa e decide tutto sul momento sottolineando l'importanza della programmazione. Infatti la più importante constatazione, nonché l'inefficienza più grande riscontrata nell'analisi svolta è stata l'assenza di un vero e proprio piano promozionale da parte dell'emittente radiofonica. Il messaggio da veicolare non è molto chiaro e concreto ed è per questo che non è stata fatta una pianificazione, né un'implementazione in merito. La mancanza è anche dovuta ad un esiguo budget a disposizione ed all'assenza di un collaboratore responsabile che si occupi di quest'aspetto, oramai divenuto cruciale per qualsiasi azienda.





Una volta conclusa la mia strategia l'ho presentata alla titolare che ha apprezzato molto la precisione in cui ho esposto e definito lo stato attuale del business e l'offerta. In particolare sono piaciute le novità da poter introdurre circa i loro servizi da promuovere sulla pagina della pubblicità del sito web e le linee guida per gestire le pagine social.

A distanza di pochi giorni ho notato che l'azienda ha iniziato a mettere in atto alcune migliorie consigliate dando concretezza alle mie idee.

CONCLUSIONI

L'esperienza di stage e più in generale tutto il percorso formativo, incluse le lezioni in aula sono state estremamente significative per me sia da un punto di vista professionale che umano. Ho sviluppato una forma mentis in grado di adattarsi ai ritmi frenetici imposti dalla trasformazione digitale. Prima avevo una scarsissima conoscenza degli strumenti digitali ma soprattutto mi mancava la predisposizione mentale per affrontare le sfide derivanti da questa trasformazione.

Infatti la mia partecipazione a questo corso è stata determinata proprio dalla consapevolezza dei vantaggi che la trasformazione digitale può portare alle aziende, oltre che alle persone: un enorme vantaggio competitivo, l'opportunità di identificare nuovi modelli di business e sviluppare o migliorare i servizi oltre che la relazione con il cliente.

E' da questa mia consapevolezza che è derivata la curiosità e il bisogno di acquisire le competenze ormai imprescindibili per poter essere competitiva nel mondo del lavoro. Per me non è stato soltanto istruirmi in materie di digital marketing e in fatto di tecnologie ma piuttosto è stato apprendere, che cervello e talento da soli non bastano per raggiungere risultati soddisfacenti, occorre infatti lavorare soprattutto sulle proprie convinzioni e sul proprio atteggiamento verso il lavoro, l'apprendimento e la vita.

Ho scoperto che mi appassiona aiutare le aziende a crescere e a raggiungere i loro obiettivi attraverso strategie innovative e personalizzate e l'importanza a tal fine di aggiornarmi costantemente sugli sviluppi dei canali digitali in continua evoluzione.

L'attività di stage che ho svolto in buona parte in totale autonomia è stata un'importante sfida che mi ha permesso di mettermi in gioco e di realizzare a livello professionale quello che durante le lezioni ho scoperto mi appassionava maggiormente. Consapevole di avere ancora molto da imparare sono molto soddisfatta del mio percorso perché ho maturato nuove idee, convinzioni e educazioni.

Ringrazio la L.A.C.A.M. per avermi offerto questa opportunità di apprendimento per me importante e per la guida e supporto durante tutto il percorso di formazione.

REPORT SULLO STAGE INTERNAZIONALE A MALTA

Un'esperienza di stage o lavoro all'estero è l'ottimo completamento di un iter formativo medio alto e consente maggiori opportunità di un inserimento professionale, per questo quando è stata richiesta la mia adesione per la partecipazione al viaggio-studio non ho esitato, neanche per un momento, a dare il mio consenso.

Già in passato, al mio terzo anno di Università ho partecipato al progetto "Erasmus" in Spagna e da sempre considero questo tipo di opportunità un ottimo investimento formativo, perché ti permette di acquisire nuove competenze linguistiche e culturali, di conoscere nuove persone e di fare esperienze che ti arricchiscono dal punto di vista personale e professionale.

Aggiungo che è stata ideale la scelta della meta, visto che Malta è facilmente raggiungibile e ben organizzata ad accogliere gruppi di studenti di altri Paesi. Infatti una delle attività al centro del business e del turismo di Malta è proprio l'organizzazione di corsi di lingua per stranieri.

L'ottima accoglienza ricevuta ha soddisfatto le mie aspettative di viaggio. All'aeroporto ci attendeva una guida per accompagnarci alla struttura recettizia molto ospitale, familiare e ben pulita. Il personale della struttura è sempre stato molto disponibile e attento alle nostre esigenze e ci ha fornito puntualmente servizi completi e pasti ricchi, personalizzati all'occorrenza.

Fin dal primo giorno, trattandosi di una brevissima esperienza, abbiamo partecipato alle lezioni intensive di lingua inglese e di digital marketing, al termine del quale ci è stato richiesto di realizzare una "digital strategy" per due delle diverse attrazioni turistiche maltesi che abbiamo visitato e che sono rispettivamente il "Malta National Aquarium" ed "Esplora Interactive Science Center".

Mi è piaciuto moltissimo il tour a piedi a Valletta dove una guida ci ha accompagnato a visitare i monumenti più importanti della Capitale ed ho potuto ammirare le diverse bellezze architettoniche, tra cui il palazzo del Parlamento realizzato dall'architetto italiano Renzo Piano, la Concattedrale di San Giovanni e le diverse statue e fontane al centro delle varie vie e piazze principali, fino a scoprire l'arte del Luzzu. Lungo il percorso abbiamo fatto tappa a Bakery Street per godere di uno spettacolo in 5D sulla storia e cultura di Malta: dalle origini dell'Ordine dei Cavalieri di Malta alla seconda guerra mondiale. Abbiamo poi proseguito verso gli Upper Barrakka, i giardini pubblici situati sulle mura meridionali di Valletta con una preziosa vista sulla Gran Harbour, la baia che la separa dalle Tre Città: Vittoriosa, Senglea e Cospicua.

Infine a Malta ho scoperto l'unione di due mondi: la cultura britannica e lo stile mediterraneo. Pub e cocktail bar si alternano alle case con porte e persiane in legno colorate tra gli storici edifici in pietra, vestendoli di contemporaneità.

Concludo scrivendo che sono felice di poter raccontare di aver trascorso ogni serata in ottima compagnia degli amici di corso, nei piccoli locali al centro di Valletta e Paceville, degustando bajtra spritz!



Di questo viaggio mi resta sicuramente il ricordo di un'esperienza breve ma intensa, dove la costante è stata la cordialità, l'ospitalità e il fittizio scambio interpersonale sia con le persone del posto che con i compagni di viaggio con la quale sono partita e con la quale, fin dall'inizio del corso, ho stretto un bel legame.