



Soggetto attuatore:

L.A.C.A.M.

Via Raffaello, 13 – Matelica (MC)

Svolto presso:

tonidigrigio srl

Piazza della Repubblica 5, Jesi (AN)

FIDUCIA, CRESCITA E MOTIVAZIONE: LA MIA ESPERIENZA A TONIDIGRIGIO

RELAZIONE STAGE CORSO I.F.T.S.

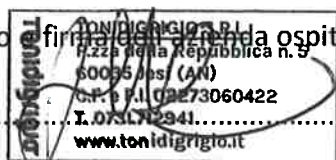
Digital Social Media Specialist

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

ANDREA MARCHESIELLO

[timbro firma dell'azienda ospitante]



[nome, cognome e firma allievo]

ANDREA MARCHESIELLO
Andrea Marchesiello

[Nome, cognome e firma tutor aziendale]

MARTINA FALA'

Martina Fala'

INDICE

● Introduzione

Nel primo capitolo si presenta la realtà aziendale nella quale si è operato e le caratteristiche di quest'ultima.

● Contenuto (suddiviso in tre parti):

1. L'azienda ospitante,
2. Organizzazione del percorso e inserimento in azienda,
3. L'attività del percorso
4. Viaggio studio a Malt

Nel contenuto si descrivono, rispettivamente, l'organizzazione e l'attività del percorso svolta e si inseriscono le immagini, in questo caso si deve essere autorizzati dall'azienda ospitante stage.

● Conclusioni

Infine le conclusioni contengono una riflessione personale e una valutazione soggettiva sull'esperienza maturata lungo il percorso.

INTRODUZIONE

Nella relazione saranno presentate le varie attività svolte durante lo stage presso l'agenzia di comunicazione tonidigrigio srl a Jesi, in provincia di Ancona.

Nella prima parte parlerò dell'azienda dove ho frequentato lo stage formativo previsto dal corso di "Digital Social Media Specialist" e ne illustrerò le caratteristiche: mi soffermerò sul reparto in cui sono stato inserito e, in particolare, sulla descrizione della metodologia di lavoro dell'agenzia. Inoltre, essendo ormai da anni un ente formativo certificato dalla Regione Marche, analizzerò i loro strumenti e il loro modus operandi.

Nella seconda parte parlerò dell'inserimento nell'azienda e delle modalità in cui è avvenuto, facendo riferimento agli aspetti lavorativi ma soprattutto organizzativi, oltre ad un'analisi generica per capire il mio livello di abilità nel settore.

Nel terzo capitolo affronterò sinteticamente l'attività del percorso svolto a Tonidigrigio, parlando in maniera più specifica dei temi e del lavoro che mi è stato assegnato in questi 2 mesi di stage.

L'attività di stage presso un'azienda rappresenta un momento molto importante nel percorso di formazione di uno studente, poiché permette di sperimentare le competenze acquisite e prendere i primi contatti con il mondo del lavoro, seppure in un periodo ridotto di tempo. Fondamentale anche perchè consente di mettere in pratica, per la prima volta, le conoscenze e le abilità apprese in classe in forma teorica.

Durante il percorso formativo, L.A.C.A.M. ci ha accompagnato per l'incontro preparatorio allo svolgimento del percorso.

1. L'AZIENDA OSPITANTE - TONIDIGRIGIO srl

Tonidigrigio è un'azienda formata da un team di 7 professionisti più altri collaboratori esterni; la sede si trova in Piazza della Repubblica 5, nella piazza principale della città di Jesi, davanti al bellissimo teatro storico Pergolesi.

La struttura è un unico spazio, dove è comunque possibile riconoscere una divisione per ambienti. All'ingresso troviamo il desk front office con il reparto Social, Eventi e PR, proseguendo si arriva alla parte dei graphic designer e visual e, infine, a quella del marketing e siti web con i due founder dell'azienda Alessandro Piccioni e Massimo Pigliapoco.

“Tonidigrigio è un team di professionisti che si occupa di facilitare, sviluppare, gestire processi di comunicazione integrata per generare valore”. Questa non è solo la descrizione e il motto dell'azienda, ma la loro filosofia di lavoro che ne descrive la metodologia e l'approccio verso tutti i progetti e lavori.

Ogni progetto, infatti, ogni parte del processo è studiata con cura, professionalità e meticolosità. Niente è lasciato al caso e il lavoro viene prodotto e approvato solo nel momento in cui l'obiettivo sia realmente una comunicazione che porti valore e mai fine a se stessa.

L'azienda segue una propria metodologia:

- Facilitare
- Sviluppare
- Gestire

Ogni processo è interconnesso con l'altro e ogni figura dell'azienda è essenziale alla realizzazione del progetto di comunicazione. Il metodo si basa su una gerarchia fluida dove tutto il team è parte attiva dello sviluppo del progetto.

La sezione Facilitare prevede spesso un workshop al cliente per capirne i valori, il posizionamento e la generazione dei concetti chiave. Vengono attuati diversi strumenti per l'individuazione dell'obiettivo:

- Il Business Model Canva, per analizzare la struttura di business dell'azienda cliente, identificando i fattori critici di successo e le leve per la crescita dell'azienda.
- La Value Proposition Canva che si concentra sull'offerta di servizi di alta qualità che aiutano le aziende a raggiungere i loro obiettivi di business attraverso una comunicazione efficace e mirata. In questo modo, l'agenzia si propone come partner strategico per le aziende che cercano di migliorare la loro presenza sul mercato e raggiungere un pubblico più ampio e impegnato.
- Lego Serious Play: un approccio innovativo di problem solving e sviluppo organizzativo che utilizza i mattoncini LEGO come strumento per la creazione di modelli metaforici e la rappresentazione visiva di idee e concetti. Il processo coinvolge i partecipanti in una serie di attività guidate che li portano a costruire modelli 3D utilizzando i mattoncini LEGO, esplorando così i loro pensieri, emozioni e intuizioni. Questi modelli sono poi utilizzati per facilitare la discussione e la risoluzione dei problemi, aiutando i partecipanti a trovare soluzioni innovative e collaborative.

Tutti questi strumenti sono efficaci per capire e ragionare sui canali di comunicazione e analizzare i competitors per trovare il target di pubblico a cui l'azienda fa riferimento.

Il processo di Sviluppare riguarda la Brand Identity, lo studio quindi di un sistema di identità forte e che racchiuda i valori e il modus operandi in un'ottica di massima comprensione, dove l'azienda possa esprimere se stessa e il proprio business attraverso una grammatica visiva e un registro comunicativo.

Sviluppare significa anche produrre dei contenuti distintivi che rafforzino l'immagine e l'identità del brand e devono essere veicolati all'esterno tramite strumenti comunicativi, come ad esempio quello che può essere il sito web.

Il processo di Gestire si attiene prettamente al piano, agli strumenti e ai canali di comunicazione. Questi 3 elementi sono fondamentali per la riuscita di una buona comunicazione sia online che offline. Alla sezione Gestire competono i social network, le campagne adv, il SEO e SEM e il sito web.

Per tutta la durata del mio percorso di stage ho affiancato Martina Falà, che riveste la posizione di Social Media Manager e Social Media Strategy e si occupa della creazione della strategia, dei contenuti e della gestione del piano editoriale per le varie aziende che si sono affidate a Tonidigrigio, oltre alla gestione e ottimizzazione di Campagne adv tramite strumenti come Meta Business Suite e Meta Business Manager.

Tonidigrigio si caratterizza per un'impronta di tipo sociale e di impresa etica considerandoli valore aggiunto alla comunicazione.

Ho apprezzato molto la sezione Folio/Blog del loro sito dove vengono inseriti articoli che trattano argomenti che vanno dall'attualità in campo formativo alla cultura di settore.

Nel 2019 infatti hanno intrapreso un percorso di certificazione con il quale la Regione Marche ha riconosciuto capacità e risorse per accreditare l'azienda come ente formativo di valore.

Altra caratteristica peculiare è la frequente collaborazione con docenti e professionisti per un reciproco arricchimento e aggiornamento sui valori e metodi condivisi.

2. ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO E INSERIMENTO IN AZIENDA

Fin dal primo giorno di stage ho subito percepito un ambiente stimolante e amichevole che mi ha fatto sentire integrato e utile all'azienda.

L'inserimento è avvenuto visitando i vari ambienti nella sede di lavoro e introducendomi ai vari colleghi per capire i diversi ruoli svolti da ognuno.

Pur in uno spazio adeguato e confortevole, non ho potuto disporre subito di un computer aziendale per cui ho lavorato per quasi metà percorso formativo con il mio personale.

Mi è piaciuto soprattutto che, dopo una breve introduzione e valutazione da parte di Martina Falà, per capire le mie capacità, sono stato subito inserito operativamente.

Il mio tirocinio è iniziato a metà Gennaio, e per raggiungere il monte ore previsto dal corso, ho concentrato le ore settimanali frequentando dal Lunedì al Venerdì l'azienda, per 8 ore giornaliere (9.00 - 18.00) con pausa pranzo di 1 ora.

Attraverso il professor Luca Giraldi, che ringrazio sinceramente, sono venuto a conoscenza di questa azienda, non lontano da dove abito e che ha suscitato fin da subito il mio interesse per la qualità e l'originalità visual che esprimono e la palese competenza professionale che emerge immediatamente dai contenuti social e dal sito web.

Concetti che mi corrispondono e che sento vicini a me, compreso anche e soprattutto l'aspetto umano e del team working.

Un'autentica esperienza di percorso formativo ma soprattutto pratico e lavorativo, mai solo uditorio, che mi ha subito immerso nella realtà aziendale, dedicandomi già dopo pochi giorni allo studio e all'analisi pratica di alcuni progetti seguiti da Tonidigrigio.

3. L'ATTIVITÀ DEL PERCORSO

Durante il mio tirocinio come Social Media Manager all'interno dell'agenzia, ho avuto l'opportunità di svolgere numerose attività tra cui l'Analisi Comparativa, la creazione di un Piano Editoriale e l'utilizzo ottimale del pacchetto Google integrato per la gestione del lavoro.

Come primo lavoro mi è stato affidato il riassetto e l'analisi dei social proprio di Tonidigrigio.

L'Analisi Comparativa è stata una delle attività iniziali che ho svolto per comprendere meglio la metodologia e la diversità dell'azienda rispetto ai concorrenti presenti sul mercato.

Ho utilizzato strumenti online per effettuare un'analisi dettagliata dei profili social dei concorrenti, analizzando il tipo di contenuti pubblicati, la frequenza di pubblicazione e l'interazione dei follower.

L'analisi comparativa mi ha permesso di individuare le strategie di comunicazione più efficaci e di approfondire la parte inerente al copy e al Tone Of Voice.

La presentazione che ho elaborato si basava nell'esaminare 3 competitors locali, 2 nazionali e 1 internazionale, per prendere spunto sì, ma per capire soprattutto qual è l'anima dell'azienda e in cosa si differenzia in positivo e quali sono i punti di forza rispetto alle altre.

Ho analizzato, inoltre, le varie rubriche di Tonidigrigio, sia in formato post che in formato stories, al fine di rendere il profilo Instagram più pulito e coerente.

Ho proposto diverse soluzioni e molte di queste sono state attuate, come il raggruppamento delle varie rubriche e l'idea di un possibile sistema iconografico basilare che riprendesse il loro sito web e la loro gerarchia metodologica.

Lavorare poi sul piano editoriale di un'agenzia immobiliare, cliente di Tonidigrigio, è stata una delle attività più importanti e stimolanti del mio tirocinio.

Ho collaborato a stretto contatto con i copywriter e grafici dell'agenzia per creare contenuti di alta qualità, attinenti al settore di riferimento dell'azienda cliente e in grado di coinvolgere i follower.

Ho aiutato Martina continuando le rubriche che erano già state confermate, creando nuovi copy e nuove proposte possibili.

Gli elaborati sono sempre stati consegnati nei tempi richiesti, e, dopo le relative presentazioni, hanno ricevuto un ottimo feedback oltre che da parte della tutor e del titolare Massimo Pigliapoco, anche dagli altri colleghi del team aziendale.

Sono sempre riuscito a svolgere le mansioni affidate in maniera autonoma, chiedendo a volte delucidazioni e chiarimenti sugli obiettivi e finalità progettuali, così da ottimizzare i tempi e interpretare la mission riportandola nei contenuti nella maniera migliore possibile ed efficace.

Il confronto sulle varie problematiche per Tonidigrigio è un aspetto fondativo dell'azienda e quindi è stato molto facile e proficuo costruire un rapporto ottimale dal punto di vista di una comunicazione di valore e di poter esprimere compiutamente le proprie idee e capacità di fare squadra.

Non posso dire di aver trovato difficoltà nei compiti svolti durante il tirocinio che, anzi, mi sono stati facilitati dalla massima disponibilità e competenza della tutor.

Dal momento che ho concentrato nell'arco di parecchie ore al giorno l'attività di stage, ho potuto dedicarmi totalmente all'approfondimento degli argomenti formativi e di ricerca, attuandoli nella pratica.

4. VIAGGIO STUDIO A MALTA

Il programma del viaggio studio a Malta è stato organizzato dalla LACAM in modo da fornire una panoramica completa sia della città e sia dell'aspetto formativo.

Il corso ha offerto lezioni teoriche, esercitazioni pratiche e visite a due aziende dell'isola.

Le lezioni teoriche erano tutte in Inglese e divise tra due docenti, la prima parte si è concentrata di più sulla grammatica inglese e sulla costruzione e ottimizzazione di un Curriculum Vitae internazionale, l'altra parte si basava invece più sulla parte marketing e business, analizzando diversi contenuti tra cui spot pubblicitari e campagne adv.

I docenti erano esperti del settore, in grado di assicurare una formazione completa e aggiornata alle ultime tendenze del mercato.

Le esercitazioni hanno permesso ai partecipanti di mettere in pratica quanto appreso durante le lezioni teoriche e durante lo stage formativo precedente, avendo l'opportunità di creare in un lavoro di gruppo della durata di un' ora, alcune strategie social di due aziende: L' Acquario di Malta e il Museo della Scienza.

Le visite agli istituti culturali hanno permesso agli allievi di confrontarsi con professionisti del marketing e della comunicazione digitale, conoscere le loro strategie e scoprire le loro best practice. Le aziende visitate, soprattutto quella dell'Acquario, hanno fornito un ventaglio complessivo delle diverse opportunità di lavoro in questo settore in espansione.

Il viaggio studio a Malta è stato un'esperienza molto formativa ed istruttiva perchè mi ha permesso di conoscere un'isola ricca di storia e cultura, ma soprattutto una meta ambita per i professionisti che lavorano nel digitale.

CONCLUSIONI

L'esperienza più che positiva nei circa due mesi di stage a Tonidigrigio mi ha confermato la volontà di perseguire l'obiettivo di lavorare in questo settore, capendone le potenzialità e affinando le competenze con una maggiore consapevolezza dei miei strumenti conoscitivi e delle mie attitudini. Questo tirocinio mi ha fatto acquisire un maggiore senso di responsabilità in materia di obblighi e impegni lavorativi.

Sono pienamente soddisfatto di aver scelto questa azienda e anche del mio percorso all'interno. Una soddisfazione derivata dall'aver percepito da parte di professionisti qualificati un'ottimo accoglimento delle mie proposte e della loro attuazione.

Il confronto con la tutor è stato fondamentale e arricchente, grazie anche alla massima disponibilità di Martina Falà nel comprendere le mie esigenze di precisazioni, e sapendo che la risoluzione dei problemi comincia da una buona comunicazione con i collaboratori.

Ho potuto instaurare rapporti che sono andati al di là della semplice discussione da ufficio arrivando ad un tipo di relazione confidenziale che posso definire amichevole.

L'ambiente socievole che ho riscontrato non mi ha mai fatto sentire un estraneo neanche dal primo giorno, ma anzi una risorsa utile al buon andamento del tirocinio e alla realizzazione dei progetti in corso.

Ho percepito già dopo un brevissimo periodo di frequenza, una certa fiducia che la tutor Martina Falà ha riposto in me facendomi analizzare i nodi critici della comunicazione social e di content creation dell'azienda stessa e quindi formulando proposte di miglioramento in termini di maggiore chiarezza, coerenza e attrattività.

Quest'ultimo è stato il passaggio chiave nello stage per alimentare la mia motivazione a migliorare sempre di più nel lavoro, sentendomi parte integrante dell'azienda, portando proposte e idee creative che fossero corrispondenti all'immagine e alla filosofia che la ispira.

A tutto questo ha contribuito anche il metodo adottato dall'azienda di far esporre in prima persona

al team, attraverso strumenti come le Presentazioni e il pacchetto Google, le proposte progettuali elaborate durante il tirocinio.

Nel mio caso l'ascolto e il confronto continuo e positivo con la tutor ha facilitato la condivisione delle idee e dei contenuti, aiutandomi a capire sempre di più cosa fosse meglio per l'azienda.

Non credo che possa capitare così frequentemente, che uno stagista, quindi con ancora poca esperienza, possa essere ascoltato nelle sue proposte poi valutate come miglioramenti significativi della comunicazione social aziendale. E ciò grazie all'atteggiamento di fiducia che professionisti esperti ripongono senza pregiudizi nei confronti di chi è ancora poco esperto.

Mi ritengo pertanto fortunato ma ancor più fiducioso che la strada intrapresa possa essere la più giusta e congeniale alle mie attitudini personali.

Ringrazio infinitamente i titolari dell'azienda Alessandro Piccioni, Massimo Pigliapoco, tutti il team di Tonidigrigio, Martina, Luca, Linda, Jacopo, Valentino, Romina, Eleonora e in particolare Martina Falà, per avermi offerto questa opportunità di crescita personale e di lavoro in un ambiente così stimolante e professionale, con la capacità di saper cogliere il meglio di me.