

Incarico pratico

Definire le caratteristiche di un gruppo target

Competenza operativa c4: svolgere attività di marketing e comunicazione

Situazione di partenza

La base per una comunicazione di successo è sempre la capacità di mettersi nei panni dell'altro. Ciò significa che bisogna pensare a chi sono rivolti i contenuti della comunicazione e a quali caratteristiche hanno queste persone. Per quanto i contenuti della comunicazione siano ben studiati, se non raggiungono il gruppo target non hanno alcun valore. Pertanto, è importante riflettere sempre prima sulle persone a cui ci si vuole rivolgere e su quali sono le caratteristiche di questo gruppo target. Questo è esattamente l'obiettivo di questo incarico pratico.

Compito

Compito ziale 1:	par-	Insieme a un supervisore, cerca un prodotto o un servizio adeguato dell'azienda che ti permetta di definire il gruppo target.
---------------------	------	---

Compito ziale 2:	par-	Effettua un'analisi sistematica del gruppo target per questo prodotto o servizio.
---------------------	------	---

Scopri per chi offrite il prodotto o il servizio. Quali caratteristiche possiede il gruppo target e perché il prodotto o il servizio è adatto a questo gruppo target?

Considera anche altri punti rilevanti per l'analisi del gruppo target nella tua azienda.

Compito ziale 3:	par-	Crea una panoramica che mostri le caratteristiche del gruppo target.
---------------------	------	--

Compito ziale 4:	par-	Documenta e rifletti sui tuoi risultati nella tua documentazione dell'apprendimento.
---------------------	------	--

Indicazioni per la soluzione

Le caratteristiche di un gruppo target sono, ad esempio: età, situazione familiare, professione, reddito, ecc.

Organizzazione

Svolgi il tuo incarico pratico direttamente nel corso del tuo lavoro quotidiano, utilizzando un caso o una situazione concreta.

Per la documentazione del procedimento sono necessari da 30 a 90 minuti, a seconda della complessità.