

Esercitazione del 7 maggio 2012

Alcune questioni relative al mondo pubblicitario. Esprimi la tua opinione.

1. Una campagna promozionale per un prodotto/servizio è il frutto di un lavoro di equipe. Lavorano insieme alla sua realizzazione, infatti, un reparto strategico e di ricerca (*che pensa, gestisce e coordina il progetto di comunicazione nelle sue diverse fasi*), un reparto creativo (*che cerca di tradurre visivamente le esigenze concettuali del committente*), un reparto media (*che si preoccupa di pianificare i mezzi che veicheranno la campagna*), un reparto esecutivo (*che realizza concretamente i supporti da sottoporre ai vari mezzi*), un reparto di accounting (*che cura le relazioni tra l'agenzia di comunicazione e il reparto marketing/comunicazione del committente*).

Qual è secondo te il reparto che ha il ruolo più importante nel processo?
Per quale motivo?

2. L'ideazione di una campagna promozionale è sempre una fase delicata. Il reparto creativo ha il compito di tradurre in idee con un impatto comunicativo forte, delle esigenze che sono spesso di natura commerciale.

Quali sono secondo te i criteri che dovrebbero guidare la scelta/selezione delle idee? Gli esiti di indagini di mercato, lo studio delle tendenze comunicative del momento, la ricerca della soddisfazione del cliente, l'estro creativo dell'artista? Altro? Perché?

3. Il pubblicitario raramente ha il piacere di poter scegliere i propri clienti: sono molti, infatti, i fattori che influenzano le scelte dei committenti. Spesso è il cliente stesso che si rivolge all'agenzia se ha una esigenza particolare.

Nel caso in cui fossi contattato da un cliente potenziale che gestisce prodotti che ritieni "moralmente discutibili", a fronte di un business molto importante (il cliente potrebbe investire molti soldi per la sua campagna), come ti comporteresti? sapendo che un tuo rifiuto non comporterebbe di certo un blocco comunicativo del cliente (che probabilmente offrirebbe la stessa somma a qualcun altro)?

Motiva la tua risposta.