

I profili più ricercati all'Expo, c'è anche il cliente misterioso

Expo 2015 sarà una vetrina che le aziende non si lasceranno scappare e, nei prossimi mesi, Milano sarà teatro di centinaia di eventi commerciali e di iniziative di marketing che richiederanno figure qualificate da impiegare sul campo. Multi Time, società milanese che si occupa di marketing operativo da quasi vent'anni e che gestisce un database di 28mila risorse, ha lanciato una campagna di recruitment per 500 persone da impiegare da maggio a ottobre. «Hostess, steward, venditori e promoter – spiega l'amministratore di Multi Time Luca Binetti – sono le classiche figure inserite per fiere, eventi, stand e temporary store. Poi ci sono merchandiser, caricatori, allestitori e montatori. Chi organizza eventi più insoliti e strutturati cerca anche street operator per azioni di guerrilla marketing e artisti». C'è anche una grandissima richiesta di formatori che possano seguire e inserire le risorse reclutate e, naturalmente, sono ricercati traduttori e interpreti, per l'inglese ma anche per cinese, russo e arabo.

Le possibilità, specialmente se si conoscono le lingue, non mancano, dai 18 ai 65 anni: ecco le figure che animeranno i mesi di Expo.

Cominciamo con una delle più classiche. Hostess e steward prestano servizio presso fiere ed eventi, hanno dai 18 ai 35 anni e si occupano di assistenza di sala, distribuzione di materiale informativo, gestione dei partecipanti, eccetera. Un fattore di successo è la conoscenza delle lingue: inglese,

francese, russo, cinese, arabo. I promoter possono avere dai 18 ai 60 anni e promuovono (ma non vendono) i prodotti o i servizi di un'azienda dopo aver ricevuto una formazione specifica. «Meglio se hanno una passione per l'area merceologica della promozione –spiega Luca Binetti– e se hanno particolari doti relazionali e di coinvolgimento possono diventare “super promoter”, creando dei veri e propri mini eventi all'interno dei punti vendita».

Ci sono poi tutte le figure legate alle vendite, con qualifiche e responsabilità differenti a seconda della richiesta. «Tutti hanno mansioni di cassa e relative indennità –continua Binetti–. Per progetti complessi cerchiamo “sales consultant expo” e “addetti alle vendite expo”, figure con esperienza, pr attività, dialettica e capacità di gestione e organizzazione di uno showroom. Anche qui le lingue sono fondamentali: l'inglese è la base, ma cerchiamo anche profili madrelingua russi e cinesi».

Allestitori, montatori, caricatori e merchandiser possono avere ogni età e lavorano dietro le quinte, in orari di chiusura al pubblico. Spiega sempre Binetti: «I primi si occupano di allestire strutture di vario genere, anche con collegamento elettrico. I caricatori sono coloro che dispongono i prodotti su scaffali, isole, corner e vetrine secondo le indicazioni del committente. I merchandiser sono itineranti: visitano i retailer a loro assegnati, curano i rapporti con loro e verificano che tutto si svolga correttamente nelle aree espositive». Di questa famiglia fa parte anche una figura poco conosciuta: il mystery client, il cliente misterioso che sotto mentite spoglie valuta servizi, prodotti e comportamento della forza vendita. «Per questa mansione possono essere richieste competenze particolari a seconda dello specifico prodotto o servizio che devono valutare» precisa Binetti.

Expo 2015 porterà occasioni anche a diversi artisti, come i caricaturisti molto richiesti per animare e intrattenere, e

allo staff che si occuperà delle azioni di guerrilla marketing. «Qui la creatività di chi organizza eventi non ha confini e i nostri street operator dovranno essere pronti a coinvolgere, attrarre e trasformarsi talvolta in veri performer» conclude Binetti.