



Lo Psicologo, il marketing e la comunicazione

INDICE:

- Lo Psicologo nel campo del marketing e della comunicazione
- Di cosa si occupa
- Percorso formativo
- Sbocchi lavorativi
- Guadagni
- Altre letture su HT

Lo Psicologo nel campo del marketing e della comunicazione

Lavorare nel campo del marketing e della comunicazione equivale a muoversi in un settore in cui si concentrano varie discipline psicologiche: dalla Psicologia generale a quella sociale, economica, delle organizzazioni, dei consumi, ecc.

Il professionista Psicologo che opera in questo settore da un lato offre il proprio aiuto all'azienda/ente/organizzazione per quanto riguarda la **comunicazione** – sia interna (tra il personale) che esterna, quindi anche la capacità di comunicare agli altri i propri valori, il saper presentare al meglio prodotti e servizi, ecc. -, dall'altro si concentra sui consumatori, analizzandone e studiandone con attenzione il comportamento.

Gli ambiti di ricerca e settori d'intervento in cui si suddivide la Psicologia del marketing e della comunicazione, infatti, sono tre:

- 1. comunicazione**, intesa anche come comunicazione efficace, comunicazione in contesti precisi (per es. istituzionale), gestione delle relazioni pubbliche, ecc.;
- 2. comunicazione pubblicitaria**, dove si punta l'attenzione su argomenti come la valutazione psicofisiologica delle risposte alla pubblicità, i percorsi di persuasione, le strategie promozionali, ecc.;
- 3. comportamenti di consumo e marketing**, un settore in cui ci si concentra su temi come i processi cognitivi ed emotivi che si attivano nell'individuo nel momento in cui deve effettuare una scelta, le influenze che subisce dall'ambiente circostante, quelle dovute a fattori socio-culturali, ecc.

In tutti e tre i settori lo Psicologo deve prestare particolare attenzione all'analisi dei dati.

Di cosa si occupa

Lo Psicologo che opera nel settore del **marketing** può occuparsi di indagini psicosociali riguardanti l'opinione pubblica e dei vari ambiti della comunicazione – sociale, politica, istituzionale,



ambientale, pubblicitaria, ecc. - nonché della progettazione e realizzazione di campagne. Tra i suoi compiti rientra la valutazione dell'efficacia di una campagna di comunicazione (per esempio quelle che sorgono in periodo elettorale) e della pubblicità commerciale. Offre consulenza per quanto riguarda i processi di coinvolgimento emotivo dei clienti, la suddivisione della clientela in base a caratteristiche psicosociali, stili di vita, ecc., la scelta dei migliori contenuti per trasmettere all'esterno un'immagine ed una reputazione aziendale più forti. Dà vita, inoltre, a indagini motivazionali, quantitative e qualitative che riguardano il consumo di prodotti e servizi e a valutazioni della soddisfazione della clientela.

Riportiamo di seguito alcuni strumenti utilizzati dal professionista Psicologo nel campo del marketing e della comunicazione e alcune caratteristiche necessarie per poter eseguire al meglio il compito che è chiamato a svolgere.

Strumenti utilizzati dallo Psicologo:

- progettazione, pianificazione e direzione di indagini di mercato, sondaggi di opinione, ecc.;
- consulenza per attività di comunicazione esterna utili ai fini della promozione del marchio e/o del prodotto e per il miglioramento della comunicazione interna;
- consulenza sui processi di persuasione e coinvolgimento emotivo e sulla suddivisione del pubblico in categorie;
- progettazione di messaggi pubblicitari e campagne di comunicazione;
- valutazione dell'efficacia di campagne pubblicitarie;
- valutazione della corrispondenza delle attese (*customer satisfaction*).

Percorso formativo

Per lavorare nel marketing, come per altri lavori (es. programmatore), non viene fissato un requisito di legge, ma questo non significa che il titolo di studio non sia importante.

Le lauree maggiormente richieste per svolgere un lavoro nel marketing sono: Laurea in Economia, Legge, Psicologia, Scienze della Comunicazione.

Per gli Psicologi è preferibile avere un percorso formativo nel settore specifico, o come diploma di laurea o attraverso un corso/master post laurea.

Sbocchi lavorativi

Lo Psicologo che intende lavorare nel ramo del marketing e della comunicazione ha la possibilità di inserirsi in vari contesti, sia nel settore pubblico che in quello privato, in qualità di dipendente ma anche restando libero professionista. Può svolgere attività per esempio presso l'ufficio commerciale e di marketing di un'azienda privata, l'ufficio comunicazione e/o l'ufficio stampa e delle relazioni pubbliche di un ente pubblico.

Può operare anche presso o per conto di società specializzate nelle ricerche di mercato o per agenzie pubblicitarie.

Non da ultimo, può diventare ricercatore universitario o svolgere attività di ricerca per conto di centri di studio e ricerca pubblici e privati.



Guadagni

All'interno dei vecchi tariffari il ricavo medio del professionista Psicologo che opera nel settore della comunicazione e del marketing viene definito da una tariffa giornaliera che va da 269 a 1.239 euro¹, oppure viene definita in maniera libera ("accordi tra le parti")².

Altre letture su HT

- Stefano Sirri, "[Tariffario psicologi](#)", articolo pubblicato su HumanTrainer.com, 2003
- Redazione, "[Gestione delle Risorse Umane](#)", articolo pubblicato su HumanTrainer.com, Psico-Pratika nr. 29, 2007
- Redazione, "[Quali sono i possibili sbocchi occupazionali per uno psicologo non psicoterapeuta?](#)", articolo pubblicato su HumanTrainer.com, Psico-Pratika nr. 73, 2012
- Redazione, "[Lo Psicologo e l'orientamento professionale](#)", articolo pubblicato su HumanTrainer.com, Psico-Pratika nr. 151, 2018
- Redazione, "[Lo Psicologo e la Selezione del personale](#)", articolo pubblicato su HumanTrainer.com, Psico-Pratika nr. 153, 2019

1 Redazione, "[Tariffario degli psicologi](#)", pubblicato su Humantrainer.com, Maggio 2003
www.humantrainer.com/psico-clinica/HT-tariffario-psicologi.PDF

2 "[Tariffario. Testo Unico della Tariffa Professionale degli Psicologi](#)", file pdf pubblicato sul sito web dell'Ordine degli Psicologi della Regione Emilia Romagna, pag. 5
www.ordpsicologier.it/public/genpags/biggs/TARIFFARIO_new_1.pdf