

Studiare l'impresa



L'iniziativa promossa dall'Unione industriali
Un confronto che avvicina i ragazzi alle aziende

Gli studenti dell'istituto tecnico Caruso di Napoli in visita alla sede di Pozzuoli della Vodafone

«Fare rete con i giovani, su internet e nel calcio»

Scuola e lavoro

L'azienda punta sui campioni dello sport: Higuain, Hamsik e Benitez nell'ultima campagna

Beatrice Ruocco

Giovani e telefonia un rapporto forte, indispensabile, quasi necessario per i ragazzi sempre alla ricerca di nuove app, smartphone più innovativi, connettività più veloce. Di questo si è discusso nel corso della visita aziendale degli studenti dell'istituto tecnico Caruso alla Vodafone di Pozzuoli, accompagnati dai docenti Anna Santoro e Vito De Carlo e da Bruno Bisogni dell'Unione industriali. Letizia Nassuato e Titti Gallucci, responsabili rispettivamente media relations e marketing al Sud, partono dai dati GfK Eurisko: sono quasi 7 milioni i ragazzi, dai 14 ai 25 anni, che utilizzano un cellulare, oltre il 50% sceglie il modello da solo anche se per la fascia più giovane nel 70% dei casi viene acquistato dal genitore. Diverse le tendenze comuni: tutti desiderano uno smartphone, cambiano cellulare ogni 2/3 anni, sono ricettivi alle nuove tendenze e alle ultime innovazioni. «Per questo Vodafone ha stru-

I numeri
In Campania 500 point tra diretti e indiretti per un investimento di 10 milioni

turato una sorta di "osservatorio" permanente composto da 15 ragazzi, individuati nelle diverse università d'Italia attraverso il progetto "Play The Future" - spiega Titti Gallucci. - Testare le idee, partecipare a progetti di marketing da lanciare sul mercato, questo il loro coinvolgimento in un vero laboratorio creativo con lo scopo di favorire il punto di incontro tra l'esperienza del manager Vodafone e l'inventiva dei giovani».

La strategia di Vodafone si traduce anche in un'attenzione particolare ai diversi territori. «Un dialogo che su Napoli è sempre stato molto intenso grazie alle numerose iniziative sviluppate - aggiunge Mauro Tornatore, Direttore regione Sud. - A febbraio scorso abbiamo scelto Napoli per il primo test in Italia della tecnologia LTE-Advanced. La prova, avvenuta su rete 4G, ha permesso di raggiungere una velocità di connessione di 250 Mbps in download, più del doppio rispetto alla velocità massima attualmente disponibile sulle reti mobili italiane».

Sempre ad inizio anno l'azienda ha lanciato la sua nuova campagna dedicata al territorio partenopeo di cui i primi testimonial sono



L'iniziativa

«Invia un selfie per diventare protagonista nella pubblicità»

«Hai la faccia da spot?». Con questo slogan a breve partirà in assoluta anteprima il lancio della campagna Vodafone sulla scia del selfie, ultima moda tra i giovani, cioè un autoscatto di se stessi destinato ad essere condiviso sui propri profili come Facebook, Instagram e qualsiasi altro social network. Il selfie di solito è un primo piano del viso o di un dettaglio che si vuole più o meno valorizzare come bocca o occhi sui quali c'è un lungo dibattito anche culturale: dagli autoritratti dei pittori, ai selfie, passando per chi con quello scatto vuole testimoniare: lo ci sono! La strategia di Vodafone si traduce da sempre in un'attenzione particolare ai diversi territori, perché cambiano le esigenze da regione a regione e perché occorre avere la capacità di comunicare con i propri clienti utilizzando diverse forme di espressione. Un dialogo che su Napoli è sempre stato molto intenso grazie alle numerose iniziative sviluppate. Vodafone, infatti, chiama proprio i napoletani a partecipare al concorso: «Hai la faccia da spot?» che permette di diventare protagonisti della campagna locale assieme ai propri idoli del calcio.

«Con questo progetto vogliamo celebrare la città di Napoli e i suoi abitanti rendendoli protagonisti - spiegano dal marketing. - Un evento che offrirà ai napoletani l'opportunità di diventare testimonial delle future campagne locali di Vodafone. Un concept di comunicazione mai realizzato prima dal carattere fortemente tecnologico e innovativo; Napoli sarà la prima e unica città coinvolta in Italia, inserendosi nel percorso più ampio di valorizzazione del territorio». Il progetto avrà una prima fase dove si raccoglieranno, in un sito web creato ad hoc, tutti i selfie inviati dai clienti Vodafone che saranno in gara per partecipare alla serata finale. Terminata la fase di raccolta e definiti i dieci finalisti, i 13 protagonisti della prossima campagna locale saranno scelti dai napoletani stessi che li potranno votare nel corso di un evento live che abbinerà l'architettura con i volti della città.

bea. ruo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



»

Napoli
A febbraio fatto qui il primo test in Italia della tecnologia che permette su 4G download in mobile a velocità doppia rispetto ad oggi

i calciatori Marek Hamsik, Gonzalo Higuain e l'allenatore Rafael Benitez. Telefonia e sport, due passioni che accomunano i giovani a tutte le latitudini, ed entrambi funzionali l'una all'altra: gli smartphone, i tablet sono diventati strumenti di amplificazione per gli avvenimenti sportivi e mezzi per avvicinare i beniamini del calcio ai propri tifosi.

Così, nella campagna partenopea scelta da Vodafone, la rete tecnologica diventa metaforicamente quella del campo di calcio e viene rappresentata dalla voglia di "fare rete" da parte dei calciatori.

La visita aziendale a Pozzuoli, punta all'osservazione di diversi settori, dopo marketing e vendite si passa alla struttura di rete ed i ragazzi vengono accompagnati a visitare la centrale di commutazione

I giovani

Sono quasi 7 milioni i ragazzi dai 14 ai 25 anni che usano un cellulare: il 50% lo sceglie da solo

ne che regola la connessione tra le varie città italiane, un ampio spazio fatto di macchinari all'avanguardia, dove i cavi si articolano all'interno degli apparati, i ragazzi ascoltano incuriositi la quantità di dati che attraversano queste reti. La sede puteolana di Vodafone si sviluppa su vari edifici per una superficie complessiva di circa 10 mila metri quadrati.

«Siamo più di 700 a lavorare nelle diverse aree: commerciali, tecnologia, customer operation e staff, tutti impegnati in egual misura a garantire la completa soddisfa-

zione del cliente - sottolinea Tornatore. - Così come i Vodafone Store Specialist che lavorano nei punti vendita, persone dinamiche con una forte attitudine alla tecnologia. In Campania la nostra rete distributiva è composta da 500 point tra diretti e indiretti, per un investimento complessivo di circa 10 milioni di euro l'anno. Ogni negozio è organizzato per arricchire l'esperienza di acquisto, grazie a specifici accorgimenti tecnologici, stilistici e architettonici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'esperienza

Gli studenti e i professori dell'istituto tecnico Caruso e i dirigenti ed esperti Vodafone nel corso della visita alla sede di Pozzuoli del colosso delle tic

