

re la loro carta sia con sconti del 10% sulla spesa e raddoppiare i punti sulla carta fedeltà che, oltre ai soliti regali, prevede anche risparmi aggiuntivi sulla benzina. «In questo modo» spiega Pier Francesco Pinelli, amministratore delegato di Erg petroli, «il cliente ha la possibilità di acquistare carburante al prezzo più conveniente del mercato».

Due i piani tariffari telefonici: Super e Diesel. Il primo non ha scatto alla risposta e costa 16 centesimi al minuto, il secondo ha scatto alla risposta e costa 12 centesimi ogni minuto di conversazione, mentre parlare tra due sim card Erg costa 8 centesimi in Super e 6 centesimi in Diesel. E l'idea piace. «L'operazione è partita il 15 aprile scorso e siamo già oltre mille attivazioni al giorno» commenta con orgoglio Pinelli.

L'obiettivo dell'azienda? «Non è certo quello di diventare il quinto operatore telefonico del Paese» sottolinea Pinelli «piuttosto di far sì che questa operazione sia economicamente sosteni-



bile e ci dia i ritorni attesi attualmente nelle nostre stazioni di servizio transitano ogni anno circa 13 milioni di persone e con questa operazione vorremmo che ci fosse un rapporto di uno a uno tra i nostri clienti fedeli e quelli telefonici».

Un obiettivo molto ambizioso che l'azienda petrolifera genovese intende raggiungere anche grazie a un costante ampliamento dell'offerta telefonica. «Siamo partiti con la sim card» aggiunge Pinelli «ma passeremo anche a contratti in abbonamento e a servizi studiati appositamente per flotte aziendali e autotrasportatori».

E quando si chiede all'amministratore delegato se oltre all'offerta telefonica stiano pensando anche ad altre tipologie di servizi, Pinelli ammette che «si sta ragionando sulla possibilità di vendere nelle nostre stazioni di servizio anche servizi di energia elettrica e di gas, ma siamo ancora lontani da una fase realizzativa».

preferenziale a...
 Gli studenti sono...
 avranno la possibilità...
 di seguire lezioni...
 pomeridiane di cent...
 settimane. E quelli...
 seguiranno il progr...
 con costanza avrai...
 l'occasione di parti...
 gratuitamente a u...
 sessioni di luglio d...
 d'ingresso (Tol) de...
 e in caso positivo p...
 assicurarsi un pos...
 al Politecnico prin...
 conseguito il dipl...
 delle superiori. Pe...
 informazioni cons...
 il sito:
 www.orientamen...

PROFESSIONI EMERGENTI

A cura di Elena Berneschi



ESPERTO DEL MERCATO DEI SOCIAL MEDIA

Concepisce e realizza le attività di marketing per il web 2.0. Gestisce le iniziative per far crescere la visibilità dell'azienda e dei suoi prodotti e servizi su internet e per incrementare, con campagne Pr, foto, video e slide sharing, il passaparola online.

■ **PERCORSO DI STUDI**
 Non esiste un percorso di studi, ma soltanto un processo di apprendimento delle logiche e della psicologia degli ambienti di condivisione online.

■ **PROSPETTIVE**
 Positive. Le aziende apprezzano sempre più il web come strumento di promozione: i costi di accesso sono bassi ed è possibile monitorare costantemente i risultati.

■ **CARRIERA**
 Per il momento lavora quasi esclusivamente nelle web agencies. In generale, è soprattutto nel B2B, ma è difficile individuare un settore particolare: ci sono casi d'azienda nel campo automobilistico, nel vinicolo e nell'alta moda.

INFORMAZIONI

WWW.MASTERSOCIALMEDIAMARKETING.IT - TEL. 02.89.141.2371
 MASTER IN SMM ALLO IULM

WWW.IAB.IT TEL. 02.58320694
 INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU