

*Il report di seguito, e le analisi che in esso sono sintetizzate, si basano sul contenuto del materiale di candidatura unito all'analisi della risoluzione del Case, effettuata durante apposito colloquio virtuale.*

**Candidato:** CV\_Denis Bartolomei  
**Posizione Target:** Brand Manager  
**Data:** 05 September 2025

---

## Sintesi del Profilo

Hai costruito un percorso solido in ambito IT e consulenza strategica, distinguendoti per competenze analitiche e project management presso realtà strutturate. Il tuo background evidenzia un approccio metodico e una spiccata capacità organizzativa, accompagnate da esperienze in contesti esigenti. Tuttavia, il passaggio verso un ruolo di Brand Manager richiede l'acquisizione di competenze specifiche di marketing, brand management e soft skill applicate a contesti diversi da quelli sinora sperimentati.

## Esito Analisi CV

Il tuo curriculum si presenta in modo chiaro, ordinato e completo nelle sue principali sezioni, trasmettendo immediatezza e precisione. Emergono solide competenze analitiche e gestionali, consolidate da circa due anni di consulenza strategica IT in KPMG. Tuttavia, il profilo non mostra esperienze dirette né formazione specifica in ambito marketing, food/FMCG o gestione di brand/prodotti. Le soft skills sono accennate, ma non contestualizzate rispetto alle attività di marketing operativo e strategico. Complessivamente, il potenziale viene espresso soprattutto in ottica analitica e di project management, ma con un significativo scostamento rispetto ai requisiti core del ruolo di Brand Manager.

## Esito Colloquio

Durante il colloquio, hai mostrato molte difficoltà nel rispondere agli stimoli richiesti dal caso pratico. Non sono emerse capacità di analisi del mercato, gestione prodotto, strategie di comunicazione né problem solving operativo. L'interazione si è mantenuta su risposte monosillabiche, senza argomentazioni o proposte, e non hai dato evidenza di competenze tecniche o soft skill rilevanti. A confronto con il curriculum, il colloquio non ha confermato i punti di forza attesi sul piano organizzativo e della proattività, e ha messo in luce la necessità di consolidare solide basi di marketing, capacità di argomentazione e attitudine costruttiva nel lavoro di gruppo.

## Percorso di Upskilling Suggestito

Per supportare la tua crescita, abbiamo delineato un possibile percorso formativo basato sulle aree di miglioramento identificate:

### 1. Specializzazione Strategia di marketing

**Obiettivo:** Per colmare tutte le principali lacune nelle competenze di marketing e brand management di base, questo corso fornisce una formazione completa e sostanziale dalla quale partire.

*Livello: Beginner | Durata: ~80 ore | [Vai al corso](#)*

## **2. Analisi di marketing**

**Obiettivo:** Vista la tua predisposizione per il dato e l'analisi, questo corso ti aiuta ad applicare le tue capacità analitiche anche in ambito marketing, sviluppando una delle skill più richieste per Brand Manager di nuova generazione.

*Livello: Beginner | Durata: ~16 ore | [Vai al corso](#)*

## **3. Risoluzione efficace dei problemi e processo decisionale**

**Obiettivo:** Per rafforzare le soft skill trasversali che, come emerso dal colloquio, necessitano di maggiore strutturazione pratica e proattività nella gestione di processi e soluzioni operative.

*Livello: Beginner | Durata: ~8 ore | [Vai al corso](#)*

# **Benchmark di Mercato**

## **Analisi dei Trend di Mercato**

Dai dati di mercato disponibili non emergono informazioni aggregate sui percorsi di carriera più comuni o sui ruoli propedeutici per la posizione di Brand Manager. Non è quindi possibile identificare benchmark di settore o pattern ricorrenti relativi alle esperienze professionali che tipicamente precedono questo ruolo.

## **Valutazione del Candidato**

Il tuo percorso professionale risulta atipico rispetto a quanto generalmente atteso per la posizione di Brand Manager, in particolare per l'assenza di esperienze dirette in ambito marketing, gestione di brand o sviluppo prodotto nel settore food. La tua esperienza come IT Strategy Consultant evidenzia competenze strategiche e di pianificazione, ma non risulta allineata alle competenze settoriali e operative specifiche richieste dalla posizione target.