

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

Il tuo profilo mostra una solida formazione in ingegneria gestionale e un'esperienza di circa due anni nell'ambito della consulenza IT e della strategia, all'interno di contesti aziendali strutturati. Sei dotato di una buona capacità analitica e gestionale, evidenziata dalla frequente interazione con dati e progetti complessi. Tuttavia, si riscontrano ancora ampie aree di miglioramento per una transizione verso ruoli specifici di Brand Manager, in particolare rispetto alle competenze di marketing e soft skill relazionali.

Esito Analisi CV

Il tuo CV si distingue per chiarezza strutturale, completezza delle informazioni e sinteticità, caratteristiche che agevolano la lettura e la comprensione del percorso professionale. Dimostri una solida preparazione tecnica, con un background in ingegneria gestionale e consulenza IT/strategica presso aziende di rilievo. Tuttavia, manca una chiara focalizzazione sulle attività tipiche del Brand Manager: la tua esperienza è centrata su analisi dati e gestione progetti IT, e non emergono skills dirette di marketing, gestione brand, sviluppo prodotto, né riferimento ai mercati distributivi del food. Le soft skill sono solo accennate, senza approfondimenti concreti sulle attitudini relazionali o operative richieste da ruoli di brand management.

Esito Colloquio

Nel colloquio hai mostrato notevoli difficoltà nella comunicazione e nell'articolazione delle risposte, limitandoti a risposte sintetiche e senza approfondire i processi richiesti dal caso pratico. Non sei riuscito a dimostrare competenze operative né tecniche specifiche di brand management, né soft skill quali problem solving, capacità relazionali o organizzative. Sebbene il CV suggerisse una potenziale attitudine alla gestione e alla collaborazione, nella prova pratica non sono emerse queste capacità: le tue risposte non hanno permesso di verificare la padronanza delle attività chiave del ruolo di Brand Manager.

Percorso di Upskilling Suggerito

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

1. Specializzazione Strategia di marketing

Obiettivo: Fondamentale per dotarti di una panoramica sui concetti e gli strumenti base del marketing, aiutandoti a comprendere la strategia e la pianificazione, aree centrali per colmare il gap di competenze di marketing e gestione brand.

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

2. Abilità di lavoro di squadra: Comunicare efficacemente in gruppo

Obiettivo: Ideale per sviluppare soft skill essenziali come comunicazione efficace, gestione dei conflitti e capacità di lavorare in team, tutte competenze emerse come carenti nell'analisi della prova pratica.

Livello: Beginner | Durata: ~11 ore | [Vai al corso](#)

3. Approfondimenti sui clienti: Orientamento allo sviluppo di nuovi prodotti

Obiettivo: Questo corso ti aiuterà a comprendere come raccogliere insight dai clienti e tradurli in idee di prodotto, colmando il gap legato allo sviluppo prodotto e all'orientamento al mercato indispensabili per un Brand Manager.

Livello: Beginner | Durata: ~12 ore | [Vai al corso](#)

Benchmark di Mercato

Analisi dei Trend di Mercato

Dall'analisi dei percorsi di carriera più diffusi per il ruolo di Brand Manager, emerge che le esperienze più rilevanti sono posizioni direttamente legate al marketing, alla gestione del brand e allo sviluppo di strategie commerciali. I ruoli propedeutici più comuni includono responsabilità su marchio, marketing e sviluppo prodotto, spesso maturate in contesti strutturati e con una progressione interna tra funzioni affini.

Valutazione del Candidato

Il tuo percorso professionale si distingue per una significativa esperienza consulenziale nell'ambito IT, con un focus su analisi commerciale e gestione di prodotti tecnologici. Tuttavia, rispetto ai trend di mercato per il ruolo di Brand Manager, il tuo background risulta atipico e presenta una deviazione evidente: manca un'esperienza diretta e specifica in ambito marketing, gestione di brand o sviluppo di prodotti nel settore food o FMCG. Questo ti colloca fuori dal percorso tradizionale atteso per la posizione, soprattutto per quanto riguarda la conoscenza pratica delle dinamiche di mercato e delle attività tipiche del marketing strategico e operativo richieste dalla nostra offerta.