



VALUTAZIONE DI STAGE A CURA DELL'AZIENDA

Nome e Cognome del tirocinante: COSIMO GIANNUZZI

Nato/a il:

Area/funzione aziendale:

Nome e Cognome, posizione aziendale del tutor: ANDREA GUANCI, Head of Marketing

Periodo di svolgimento dello stage/laboratorio

Durata in mesi:

VALUTAZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO STAGE / LABORATORIO

Indicatori di valutazione

voto in decimi

Puntualità	5/10
Operosità/senso di responsabilità	5/10
Senso pratico	6/10
Socievolezza/relazioni con colleghi e superiori	8/10
Capacità di lavorare in gruppo	8/10
Disponibilità all'ascolto e all'apprendimento	6/10
Motivazione	7/10
Comprensione delle attività dell'area	6/10
Capacità di analisi e spirito critico	6/10
Capacità di sintesi	6/10
Capacità di decisione e spirito di iniziativa	6/10
Interesse/curiosità per le attività svolte	7/10
Disponibilità a modificare le proprie idee	6/10
Autonomia nello svolgimento dei compiti assegnati	6/10
Utilizzo di metodo di lavoro/di gestione del tempo	6/10
Livello di conoscenze tecniche di base	6/10
Livello di conoscenze tecniche acquisite	6/10
Livello di efficienza raggiunto	6/10
VOTO FINALE (MEDIA)	10

NOTE

Eventuali aspetti positivi/negativi emersi in modo particolare e degni di nota

Data

27/09/19

Firma tutor aziendale



Nome e Cognome del tirocinante: Cosimo Giannuzzi

DOMANDA 1: Descrivere in che modo MSC CROCIERE si appropria al trade, dettagliando le attività che vengono gestite per intrattenere i rapporti con il canale distributivo e in che modo vengono organizzate le stesse.

MSC crociere ha una accesa attenzione verso il ramo trade, che negli ultimi anni, si è affermato uno dei punti di forza della compagnia. Il canale trade si divide in: PROMOTERS, che si occupano del contatto diretto con le ADV e area MANAGERS, che hanno un ruolo fondamentale al fine di coordinare le attività svolte dai promoters assegnati ad ogni area. Per far sì che questa rete abbia gli strumenti necessari occorre il lavoro dell'ufficio trade. Diverse sono le attività svolte da questo ufficio, le principali sono: la progettazione dei materiali P.O.P (in collaborazione con i fornitori), organizzazione degli eventi trade e roadshow, oltre alla gestione delle ship visit. L'ufficio trade ha contatto diretto con le varie aree promoters, in modo da poter essere sempre presenti e tempestivi. Uno degli strumenti forniti a supporto del canale distributivo è la piattaforma SURVEY/MONKEY, che permette di generare vari Form, quali adesioni ship-visit e roadshow, per poi essere inviati alle ADV attraverso il canale promoters, e una volta compilati vengono direttamente immagazzinati → CONTINUA RETRO PAGINA →

FIRMA DEL TIROCINANTE:

PUNTEGGIO:

4

0 (senza risposta); 1 (insufficiente); 2 (quasi sufficiente); 3 (sufficiente); 4 (buono); 5 (ottimo)

NOTE:

FIRMA TUTOR AZIENDALE:

sulla piattaforma. Inoltre per distendere ulteriormente l'area promoters su LSC BOOK è stata creata una piattaforma TRADE dove le ADV possono ordinare i materiali di cui necessitano.

PROVA DI FINE STAGE

MSC CROCIERE SPA

Data: 26/09/2019

Nome e Cognome del tirocinante: Cosimo Giannuzzi

DOMANDA 2: Analizzare nel dettaglio gli elementi peculiari del progetto MSC DIGITAL TOOL e, con l'ausilio di una dettagliata analisi SWOT, evidenziarne le criticità, motivando le proprie argomentazioni.

Il progetto ~~MSC~~ Digital Tools, iniziato nel Dicembre 2018, ha diversi scopi ed effetti sul cliente. Nello specifico si tratta di fornire alle ADV lo strumento Oculus Go, strumento che permette la visione di video e ambienti in realtà virtuale a 360°; questo dotato di due funzionalità: - 360 SHOW, che proietta video in VR degli ambienti delle navi e delle destinazioni; il Configuratore che partendo da una ADV virtuale, attraverso vari step, il cliente che indossa l'Oculus può creare il preventivo della sua crociera. Gli effetti principali sul cliente sono: l'effetto WOW e una più chiara idea del prodotto che sta per acquistare, infatti questo strumento va a colmare i dubbi che il cliente ha durante la fase "ASK".

SWOT PAG RETRO.

FIRMA DEL TIROCINANTE:



PUNTEGGIO:

3

0 (senza risposta); 1 (insufficiente); 2 (quasi sufficiente); 3 (sufficiente); 4 (buono); 5 (ottimo)

NOTE: Ho così le argomentazioni alla SWOT

FIRMA TUTOR AZIENDALE:

Opportunità

Uso metodo per
proporre il prodotto.

Siamo Pionieri.

Minacce

Ostacolo cognitivo del
cliente,

Punti Forti

Chiarezza delle info,

Desiderio del viaggio,

Effetto WOW.

Criticità

Difficoltà del cliente ad utilizzare
lo strumento in autonomia.

Scarso utilizzo APP Configuratore.

Alcune ADV poco motivate