

Cafoscarina come Lei

Miriam Foltran e Erika Santin
Studentesse

conversano con
Silvia Sartori
CRM Sr Manager presso Barilla Group

Silvia

Ti sei laureata in International Business and Trade e in Network Management presso l'Università Ca' Foscari Venezia. Perché hai scelto quel percorso di laurea? Cosa volevi raggiungere?

Inizialmente mi sono iscritta per l'opportunità che intravedevo di viaggiare e di interfacciarmi con culture diverse. Il focus sulle lingue, lo stage all'estero e il taglio internazionale del percorso di studi sono stati indubbiamente gli elementi che mi hanno spinto su quella strada.

Dopo una prima esperienza lavorativa in linea con il corso di laurea, sono entrata in contatto con Riccardo Donadon ed H-Farm.

Il suo progetto mi è piaciuto molto, c'era un'opportunità per entrare nella squadra, e così ho lasciato il lavoro nell'ufficio International Sales in cui mi trovavo e mi sono avventurata nel mondo delle tecnologie digitali. È stato a quel punto che ho deciso di iscrivermi al corso di laurea specialistica in Network Management.

A tuo parere quali sono le competenze e le capacità chiave che ti hanno aiutata maggiormente a progredire nel tuo percorso di carriera?

Direi l'apertura ad accettare nuove sfide con umiltà e determinazione, e un po' di faccia tosta. Spesso mi sono trovata in situazioni in cui era importante trasmettere solidità

e competenza, ma non avevo, o comunque non sentivo di avere, tutte le competenze e gli strumenti necessari. Nonostante questo non mi sono mai tirata indietro. Ho messo in campo quello che avevo a disposizione, e al tempo stesso ho continuato a studiare e a informarmi per colmare gli eventuali gap. Questo accadeva all'inizio della mia carriera ma accade anche ora. Si tratta di spostare sempre più in là l'asticella, continuando a cercare nuove sfide e opportunità di crescita con curiosità ed entusiasmo.

Come è evoluta la tua idea di lavoro dall'ingresso all'università alla laurea? Il tuo percorso di studi si è rivelato coerente con le tue scelte lavorative? Come hai approcciato il mondo del lavoro?

Ho iniziato a lavorare appena ho potuto. Lavori semplici compatibili con lo studio. Inizialmente i lavori più disparati volti più a racimolare qualche soldo che a costruire una carriera. Poi le opportunità sono diventate sempre più interessanti e vicine al percorso di studi che stavo portando avanti. Inizialmente ho sfruttato diversi canali ufficiali, fiere per il lavoro, siti web per la ricerca del lavoro, agenzie di selezione. Ma devo dire che le opportunità più concrete sono sempre arrivate grazie alle relazioni costruite nel tempo e a un occhio sempre aperto sulle cose che avvenivano intorno a me.

Quale credi sia l'attitudine migliore con cui affrontare la ricerca del lavoro?

Umiltà, flessibilità, entusiasmo.

Quali step hai affrontato per entrare in Barilla e raggiungere il ruolo che ricopri oggi? Cosa implica, secondo te, l'essere donna in una grande realtà come Barilla? Credi che le donne siano sostenute e agevolate all'interno dell'azienda? Con quali benefit?

Mi ritengo estremamente fortunata di lavorare in un'azienda con una forte attenzione a diversità e inclusione. E me ne rendo conto soprattutto ora che, oltre a essere donna e professionista, sono anche mamma di due bimbi di 1 e 4 anni. Se iniziative come lo smart working sono sempre state utili anche prima dell'arrivo di Anna e Alessandro, ora sono fondamentali per bilanciare lavoro e vita privata senza che nessuna delle due dimensioni venga penalizzata. Al rientro dalla maternità ho potuto partecipare al percorso MAAM (Maternity as a Master) che mi ha aiutato a mettere a frutto in ambito lavorativo le competenze acquisite nella vita quotidiana. Questi sono solo due esempi, molto legati alla mia situazione attuale. Ma in generale l'attenzione alle persone e a *diversity & inclusion* in azienda è molto forte.

Qual è il tuo ruolo professionale all'interno di Barilla? Di cosa ti occupi nello specifico e quali competenze sono necessarie per svolgerlo?

In Barilla mi occupo da sempre di Digital Marketing & Communication. In questi 10 anni ho ricoperto ruoli diversi, attualmente mi occupo di Digital Strategic Platforms nel Global Marketing. In poche parole lavoro alla definizione e implementazione delle Marketing Technologies (Martech) a supporto del business. Esistono sul mercato circa otto mila soluzioni tecnologiche in grado di agevolare il lavoro del marketer su diversi fronti (dalla misurazione, alla gestione dei contenuti digitali, passando per la raccolta e utilizzo dei dati personali di consumatori, solo per fare qualche esempio). Le tecnologie selezionate, il modo in cui sono integrate tra di loro, il modo in cui vengono utilizzate, possono determinare un vantaggio competitivo per l'azienda. Io mi occupo di questo, lavorando a stretto contatto con i colleghi dell'IT responsabili della parte più tecnica dei progetti, dell'ufficio legale per assicurare la corretta applicazione di regole legate alla privacy e non solo, e a servizio dei team di marketing delle diverse marche e dei diversi mercati del gruppo.

