

*Il valore dello studente  
come Soggetto*

**Marco Mazzone**

*Partner Students Management*

## premesse 1/3

**Students Management** è una società che opera nel mercato teenagers:

- è piccola, poco strutturata e dinamica.
- rispetta il target
- ha un codice interno di autoregolamentazione
- ha un approccio down-down
- la sua forza è il suo target
- investe quotidianamente sulla creatività del target
- coordina una rete eterogenea di 3.000 studenti



per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## premesse 2/3

Sono alcuni progetti e prodotti di **Students Management**:

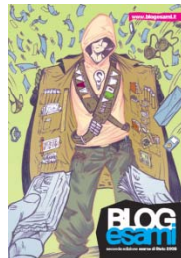
**BLOGmag** (community press, 1 mil. lettori, distribuzione autorizzata nelle scuole sup.)

**BLOGesami** (annuale di approfondimento sugli esami di stato)

**STUDAY** (la giornata dello studente e della creatività)

**La Scuola è Perfetta** (indagine sullo stato di salute delle scuole)

**myfilea.it** (il portale 2.0 degli eventi)



la | scuola | è perfetta  
Indagine 2008 sugli Istituti Superiori Italiani

myfilea



per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## Premesse 3/3

Sono i principali partners di **Students Management**:

**MINISTERO PUBBLICA ISTRUZIONE**

**GIOCHI PREZIOSI**

**EASTPAK**

**TIM**

**MOTORSHOW**

**GRUPPO HERA**

**AVIS**



per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

**chi sono i “giovani”?**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)



Marta, studentessa universitaria, 24 anni  
E' di Genova ma studia a Milano.  
**giovane**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)



Stefano, studente Liceo Classico, 16 anni  
La sua paghetta è di 70 € a settimana. Ha il “macchinino”. E' di Milano  
**giovane**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)



Noemi, studentessa 2° media, 13 anni

Tra un anno avrà un motorino. Ha una paghetta di 10 € a settimana. Abita a Roma

**giovane**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)



Linus, 51 anni

...

**giovane**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

**Cos'hanno in comune?**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## I “GIOVANI” ...:

- “giovane” non è una caratteristica anagrafica, è un modo di essere.
- ognuno è “giovane” a modo suo.
- esistono adulti “giovani”.
- esistono teenagers “vecchi”.
- **“giovane” non è un sostantivo.**

**...parlando di “TEENAGERS”.**  
(che è un sostantivo...)

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## TEENAGERS



Foto: Catherine Balet

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## GRANDI TEMI DEI TEENAGERS:

- **SCUOLA** (5/6 h. al giorno sabato compreso)
- **WEB e media** (2 h. al giorno – attenzione non tutti hanno web)
- **SPORT** (da 2 a 10 ore a settimana – TUTTI)
- **TERRITORIO** (i teenagers vivono la loro città, si spostano poco)

## **I TEENAGERS ITALIANI secondo me:**

- hanno in comune solo il fatto di andare a scuola.
- sono individualisti, si vogliono distinguere, sempre.
- i loro gusti sono come “un serpente dalla testa piccola e la coda lunga”.
- sono diffidenti.
- si fidano soprattutto dei loro amici.
- cambiano spesso idea.
- sono felici e spensierati... e vogliono divertirsi.
- si aggrappano ad ogni opportunità VERA.

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

## NEL MERCATO “TEENAGERS” ...secondo me:

- dimenticatevi dei concorsi a premi, delle lotterie e delle prove d'acquisto.
- mettete o contenuti che abbiano molto senso o nessun senso nei vostri prodotti/servizi.
- emozionateli, non importa come.
- non fate pubblicità in televisione; investite quel denaro nel territorio.
- più ve la tirate, più loro se la tireranno ancora di più.
- non fate i furbi, sono più furbi loro.
- chiamatemi.

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)

**grazie**

per informazioni: [io@marcomazzoni.eu](mailto:io@marcomazzoni.eu)