

SABINE RETTICH

PROFESSIONAL EVENT PLANNER
MANAGING DIRECTOR



Raccontaci la tua esperienza personale e professionale che ti ha portato a diventare Responsabile Marketing e Comunicazione dell'azienda.

Il fondamento della mia carriera si basa su quasi 20 anni di esperienza nel settore alberghiero e turistico. Dopo aver completato la scuola alberghiera, ho svolto diversi anni di apprendistato in hotel in Svizzera e all'estero, fino a quando ho accettato una sfida interessante a Lugano.

Nel 1993 mi è stato assegnato il compito di riaprire e promuovere a livello nazionale e internazionale l'allora rinomato Hotel De La Paix a Lugano, che era stato sottoposto a una ristrutturazione da milioni di franchi. Qui è iniziata la mia carriera, da responsabile vendite a direttore marketing, con la costante costruzione di un team che è cresciuto tra il 1993 e il 1999 fino ad arrivare a 14 membri.

In quegli anni l'economia era in espansione e grazie al nuovo centro congressi, unico in quel momento a Lugano in un hotel con 131 camere, sono riuscito con il mio team a raggiungere e talvolta superare gli obiettivi economici stabiliti dalla direzione.

La mia missione era stata quindi compiuta ed era arrivato il momento di esplorare nuove sfide. In

occasione del nuovo millennio, nel 2000 ho deciso di intraprendere la strada dell'indipendenza, senza l'aiuto esterno di centri di start-up come è comune oggi.

Quali sono le strategie di marketing vincenti per la tua azienda?

Apprendo uno delle prime agenzie a Lugano, mi sono specializzata nell'organizzazione di eventi aziendali, promuovendo attivamente il Canton Ticino come perfetta destinazione per organizzare eventi business.

Da allora, con un metodo step by step, ho potuto mettere in pratica la mia lunga esperienza nella vendita e nel marketing nella mia agenzia, segnata da successi e insuccessi, tutti molto istruttivi. Nel corso degli anni ho cercato costantemente di differenziarmi dagli altri operatori nel settore degli eventi: ciò mi è riuscito grazie alla padronanza delle lingue nazionali e in particolare della lingua tedesca, che mi ha aperto le porte verso il potenziale polo commerciale del centro della Svizzera, sede delle grandi aziende.

Inoltre, ho studiato intensamente le diverse culture della Svizzera per rispondere alle esigenze dei clienti aziendali con un servizio personalizzato.

Nel corso degli anni ho cercato costantemente di differenziarmi dagli altri operatori nel settore degli eventi. Ciò mi è riuscito grazie alla padronanza delle lingue nazionali e in particolare della lingua tedesca.

Quanto è importante avere un piano marketing?

Un piano di marketing efficace è fondamentale per il successo di un'azienda, poiché stabilisce obiettivi chiari, ottimizza le risorse, crea un vantaggio competitivo, rende misurabile il successo e consente strategie a lungo termine. In generale, serve come guida per coordinare le attività di marketing, utilizzare in modo ottimale le risorse e garantire il successo a lungo termine.

Quali sono i progetti e le sfide per affrontare il futuro?

I progetti e le sfide future nel marketing includono l'adattamento alla digitalizzazione e l'u-

so di tecnologie come l'Intelligenza Artificiale, il miglioramento dell'esperienza del cliente, l'attenzione alla sostenibilità e alla responsabilità sociale, la creazione di contenuti di alta qualità, il rispetto delle normative sulla privacy e l'utilizzo dell'automazione per ottimizzare le campagne di marketing. Le imprese che affrontano queste sfide e si adattano saranno più di successo nel mutevole panorama del business.

Cos'è il marketing per te?

Per me, il marketing è l'arte e la scienza di promuovere prodotti o servizi, capire le esigenze dei clienti, costruire relazioni e comunicare il valore di un'azienda per garantirne il successo a lungo termine. ●