

[Home](#) / [Consigli su Lavoro e Professione](#)


Le professioni digitali più richieste: ecco le figure che trovano lavoro nel web



18 dicembre 2018
In collaborazione con [Binario F from Facebook](#)

[Binario F from Facebook](#)

 [Condividi con Facebook](#)

 [Condividi con Twitter](#)

 [G+](#)

 [A](#)



La tecnologia è ovunque: tra web, intelligenza artificiale, **industria 4.0**, è destinata a **dominare le nostre vite**. Praticamente tutte le professioni, prima o poi, verranno toccate dall'innovazione. Ci sono, però, dei **settori in cui le skills digitali sono già determinanti**. Territori nuovi che permettono, a chi si forma in tal senso, di avere un vantaggio sugli altri.

La parte del leone, ovviamente la fanno le **'Tecnologie dell'informazione e della Comunicazione'**. Secondo il recente Osservatorio delle competenze digitali, elaborato dalle maggiori Associazioni ICT in Italia (AICA, Anitec-Assinform, Assintel e Assinter Italia con il supporto di CFMT, Concommercio, Confindustria e il patrocinio di MIUR e AGID), **qui le digital skills pesano per ben il 48% nella selezione del personale**.

Le competenze digitali si imparano in alternanza scuola lavoro

Nonostante siano in costante crescita le opportunità nel settore digital, si fa ancora fatica a trovare tutte le risorse necessarie. L'Osservatorio mostra che le aziende hanno un **fabbisogno di laureati che oscilla attorno alle 15mila unità all'anno**, ma le università riescono a sfornarne poco più della metà. Va decisamente meglio per i diplomati, per i quali ci sono più pretendenti che posti di lavoro. La carenza, dunque, riguarda le figure più specializzate. **A mancare, forse, è il giusto orientamento**. Per questo ci sono iniziative come il Social Kamp, l'innovativo progetto teorico-pratico di alternanza scuola-lavoro messo in piedi da Facebook Italia e Skuola.net, per avvicinare i ragazzi delle scuole superiori al mondo digitale.

La formula è quella del workshop: giornate di formazione che, partendo da una lezione introduttiva da parte di vari professionisti del settore, proseguono con un 'laboratorio' che permette di capire cosa significhi fare quel lavoro, simulandolo in prima persona. Circa un centinaio gli studenti,

provenienti da diverse scuole secondarie dell'area metropolitana di [Roma](#), coinvolti nel primo ciclo di lezioni. Ma il **Social Kamp è solo un tassello di un'ampia strategia che Facebook Italia ha deciso di avviare** con l'apertura di Binario F (lo spazio per la formazione digitale, inaugurato lo scorso ottobre alla stazione Termini di Roma): creare, entro la fine del 2019, circa 100mila nuove figure utili al mondo dell'innovazione.

Le professioni digitali più richieste, quali sono e cosa fanno

Ma **quali sono questi lavori emergenti su cui mettere le mani** prima che il mercato diventi troppo competitivo? Eccone alcuni tra i più ricercati.

Content Manager

È l'**evoluzione della figura del giornalista** con, in più, una buona dose di spunto commerciale. Il Content Manager è, infatti, **un professionista con spiccate capacità di scrittura** e con un'**elevata conoscenza dei linguaggi comunicativi** (a seconda del canale di diffusione del messaggio: sito web, social network, blog, newsletter). Una **professionalità spesso usata per promuovere prodotti, servizi, attività**. Per questo gli vengono richieste competenze specifiche, come la **curiosità per le nuove piattaforme digitali nonché la conoscenza di base dei sistemi editoriali** (come Wordpress), del linguaggio HTML, delle strategie di posizionamento sui motori di ricerca (SEO).

Seo Specialist

La Seo (Search Engine Optimization), però, può anche essere un lavoro a sé stante. **Tra le professioni emergenti**, infatti, continua a farsi strada l'esigenza del Seo specialist, una **figura capace di veicolare traffico online** (meglio se di qualità, da parte di persone interessate) sui contenuti che gestisce. Fondamentale, per svolgere questo lavoro, **integrare in una strategia unica i principali strumenti di web marketing**: SEO, SEM e Content Marketing. Per capire **come organizzare i contenuti di un sito** per posizionarlo al meglio sui motori di ricerca, così come per costruire la struttura perfetta per le campagne 'inbound' di promozione del brand per cui lavora.

Sem Specialist

Per scalare i motori di ricerca, comunque, non basta solo la conoscenza tecnica del funzionamento del web. A questa, infatti, va associata **una costante attività promozionale** che aiuti l'azienda ad essere trovata più velocemente dai potenziali clienti. È questo il succo del marketing digitale e **la persona che se ne deve occupare si chiama Sem** (Search Engine Marketing). Una delle figure più richieste in assoluto. Per svolgerla brillantemente **è richiesta la conoscenza aggiornata degli algoritmi di Google** e dei sistemi di indicizzazione dei siti Internet. La base da cui partire per ideare strategie che attraggano i clienti nella direzione del business: **scrivere annunci pertinenti, analizzare i dati attraverso Google Analytics**, rientrando nei budget previsti per la parte di advertising.

Community Manager

I social network sono ottimi canali per amplificare il messaggio di un brand. Per questo **tra i professionisti più ricercati** del mondo digital ci sono **quelli che hanno competenze in ambito social media**. Tra loro, il Community Manager (che spesso unisce nella stessa persona anche la figura del Social Media Manager) **è un punto di riferimento per ogni azienda**. Una risorsa, capace di monitorare e gestire le community virtuali, che **deve saper badare contemporaneamente sia al lato tecnico che relazionale dei flussi di informazione**. Deve essere in grado di aumentare la visibilità del brand con le doti da digital PR ma allo stesso tempo **non gli devono mancare creatività e reattività** per padroneggiare tutti i flussi social dell'azienda: profili, pagine fan, video, immagini.

Social Media Marketing Manager

A stretto contatto con il Community Manager (ma, molto di frequente, le due figure coincidono) opera il Social Media Marketing Manager, colui che **progetta i piani strategici di comunicazione** sulle piattaforme social, così come la gestione delle campagne pubblicitarie. Il **suo lavoro parte dall'analisi delle metriche di Social Analytics**, passa per l'ideazione di contest ed attività creative di engagement, per finire con la gestione pratica di community online.

e-Commerce Manager

Il Social Media Marketing Manager, a sua volta, sempre più spesso si sta evolvendo anche in e-commerce manager, colui che **approfondisce tecniche e strumenti per far crescere la potenza social del brand** per cui lavora nei negozi online. È lui, infatti, il professionista capace di realizzare strategie, **utilizzare piattaforme e strumenti per progetti di vendita sul web**. Per questo deve essere in grado di scegliere la migliore piattaforma in base al business specifico dell'azienda; ma **deve anche garantire una 'esperienza utente' coerente e multicanale**. Rientra, infine, nei suoi compiti anche la pianificazione di offerte, il supporto alle campagne di marketing, l'ottimizzazione delle conversioni dei contatti in acquisti.

Digital PR

I mercati, però, sono anche fatti di parole, di relazioni sociali, di rapporti commerciali. Per questo le aziende hanno da tempo capito quanto sia importante affidarsi a **professionalità che curino il legame con il pubblico online**. Per farlo, la nuova tendenza è quella di coinvolgere altri soggetti – influencer su tutti – per costruire e consolidare il buon nome di un marchio. A gestire questi flussi è il Digital PR, **una risorsa capace di creare conversazioni che possono costituire opportunità competitive per le aziende**. Tra le sue competenze, infatti, ci sono la capacità di attivare campagne efficaci e mirate, la possibilità di contattare e coinvolgere influencer di settore, la gestione della Brand reputation online.

Digital Media Planner

Il Digital Media Planner **fa un po' da raccordo tra tutte le figure attive**, a vario titolo, nel marketing aziendale, sia lato tecnico che comunicativo. Gli strumenti che la tecnologia mette a disposizione sono talmente tanti che c'è bisogno di qualcuno che abbia sempre una **visione complessiva dei processi**, che siano soprattutto coerenti con gli obiettivi di business, **identificando il corretto utilizzo degli strumenti utilizzati**, specie se a pagamento (video, display, social e search). Il Digital Media Planner, perciò, è chiamato ad approfondire la pianificazione, i costi, il tracciamento del risultato (KPI e ROI) nonché l'analisi della concorrenza.

Digital Crisis Manager

La vita di un'azienda digital, però, proprio per l'ampiezza della platea a cui si rivolge (il web intero) non sempre è facile. Il suo percorso è disseminato di ostacoli. Nel migliore dei casi di momenti di tensione. Chi ha il **piglio del risolutore** potrebbe essere un perfetto Digital Crisis Manager, colui che di fatto riesce a gestire le situazioni di "ansia" con assoluta freddezza, consigliando la via d'uscita più comoda. Una figura complessa, che dovrà **padroneggiare le modalità d'intervento e moderazione delle crisi** provenienti dai canali social, strutturando attività di controllo e definendo gli errori da non commettere (in base all'analisi delle metriche).

Personal branding coach

Ma **un'azienda può essere composta anche da una persona sola**: te stesso. Tanti, grazie alle nuove tecnologie, si stanno mettendo in gioco individualmente. Con un blog, con un canale social, con un sito internet. **Il Personal branding coach è la figura che può aiutare a bruciare le tappe** e arrivare

presto all'obiettivo: essere riconosciuti come autorevoli sul web. Il percorso per diventare imprenditore di sé stesso comincia proprio dal coaching. Una professione che, apparentemente, può sembrare strana ma che **è già essa espressione del marketing 'personale'**. Basta avere ottime doti di public speaking e comunicazione relazionale. Per aiutare sé stessi e gli altri ad agguantare il successo.

Ultime news di Binario F from Facebook



Al via Social Kamp, l'alternanza scuola-lavoro di qualità firmata Facebook e Skuola.net

ABOUT SKUOLA.NET

Chi siamo
Lavora con noi
Pubblicità
Contatti
Store

Ripetizioni
Apps
Ricerca
Docenti
Privacy

SEGUICI SU



Skuola.net News è una testata giornalistica iscritta al Registro degli Operatori della Comunicazione.
Registrazione: n° 20792 del 23/12/2010

©2000—2018 Skuola Network s.r.l. Tutti i diritti riservati. — P.I. 10404470014 DMCA PROTECTED

