

<https://www.avvenire.it/economia/pagine/nuove-opportunita-per-chi-si-occupa-di-comunicazione>



Easyhunters. Nuove opportunità per chi si occupa di comunicazione

giovedì 27 aprile 2017

Storyteller digitale e reputation manager sono due tra le figure più richieste. Aperta una divisione ad hoc con consulenti specializzati

Parola d'ordine *digital transformation*. E questo, in sintesi, il futuro delle professioni legate al mondo della comunicazione. «Si tratta - dichiara **Francesca Contardi**, managing director di Easyhunters - di un settore in continua evoluzione ed estremamente dinamico che necessita, inevitabilmente, di competenze sempre più ibride e multisettoriali. Occorre, in questo senso, un netto cambio di approccio da parte di tutti: aziende, società che si occupano di selezione e che, quindi, devono essere in grado di comprendere e valutare correttamente queste nuove competenze, e i candidati che vogliono lavorare nel mondo della comunicazione. In Easyhunters abbiamo creato una divisione *ad hoc*, con consulenti altamente specializzati e in grado di comprendere i nuovi trend e le richieste del mercato».

Una delle figure più ricercate in questo momento è sicuramente lo **storyteller digitale**. È il professionista che si occupa di elaborare i

Quanto fa 5x mille? Scopri! [029705370152](tel:029705370152)

LAVORO

Iniziativa L'Italia alla conquista del fundraising internazionale

Fonti rinnovabili Più occupati con il fotovoltaico

Easyhunters. Nuove opportunità per chi si occupa di comunicazione

*Storyteller digitale e reputation manager sono due tra le figure più richieste.
Aperta una divisione ad hoc con consulenti specializzati*

Parola d'ordine *digital transformation*. È questo, in sintesi, il futuro delle professioni legate al mondo della comunicazione. «Si tratta - dichiara **Francesca Contardi**, managing director di Easyhunters - di un settore in continua evoluzione ed estremamente dinamico che necessita, inevitabilmente, di competenze sempre più ibride e multisettoriali. Occorre, in questo senso, un netto cambio di approccio da parte di tutti: aziende, società che si occupano di selezione e che, quindi, devono essere in grado di comprendere e valutare correttamente queste nuove competenze, e i candidati che vogliono lavorare nel mondo della comunicazione. In Easyhunters abbiamo creato una divisione *ad hoc*, con consulenti altamente specializzati e in grado di comprendere i nuovi trend e le richieste del mercato».

Una delle figure più ricercate in questo momento è sicuramente lo **storyteller digitale**. È il professionista che si occupa di elaborare i contenuti per i canali social, il blog o il sito di una azienda o di un manager. «Ma non si tratta semplicemente - continua Contardi - di pubblicare post o articoli che possano diventare virali. Al centro di tutto ci sono la capacità di raccontare

storie e quella di lavorare su molteplici canali - Facebook, Youtube, LinkedIn, Instagram, Twitter e Pinterest, senza dimenticare i blog - che richiedono, ovviamente, toni e stili differenti».

Un'evoluzione molto interessante in questo senso è l'utilizzo dei social come strumento di customer service e di confronto. Non è raro, infatti, che un utente affidi proprio alle pagine aziendali una lamentela o una richiesta ed è fondamentale che ci sia un professionista preparato che sia in grado, con i toni e i tempi giusti, di rispondere e di risolvere il problema.

«La cosiddetta *digital transformation* - precisa la manager - continua a influenzare anche un altro mondo molto tradizionale legato al mondo della comunicazione: quello degli uffici stampa che devono lavorare su più livelli, adattarsi a tempistiche molto diverse a seconda del canale, creare contenuti diversificati che possano viaggiare on e off-line e relazionarsi in modo adeguato a ogni interlocutore, blogger o giornalista». Essere on line non basta. Occorre esserci nel modo giusto. Ecco perché, un'altra figura molto richiesta in questo momento è il **reputation manager**, il responsabile dell'immagine di un brand o di un professionista. «La reputazione di un brand (aziendale o personale) - conclude Contardi - è cruciale e tocca, a vari livelli, qualsiasi azienda. Poiché la percezione online può cambiare nel giro di pochissimo, si tratta di un'attività molto delicata e che richiede un monitoraggio puntuale e costante e la capacità di intervenire rapidamente nel caso sopraggiungano lamentale e problematiche».