

<http://www.panorama.it/economia/lavoro/5-professioni-digitali-emergenti-italia-easyhunters/>



## **Le 5 professioni digitali emergenti in Italia secondo EasyHunters** *Non solo competenze IT, crescono le opportunità per la comunicazione*

**La raccolta.** La parola d'ordine per il futuro delle professioni legate alla comunicazione è "digital transformation". Lo certifica la società di ricerca EasyHunters che ha identificato cinque ruoli emergenti all'insegna di competenze ibride e multi-settoriali con una prospettiva di guadagno che si aggira fra 30 e 130mila euro lordi all'anno, a seconda degli anni di esperienza.

**Digital director.** Si occupa di definire ed implementare la strategia digital di un'azienda, di un marchio o di un personaggio per aumentare la **brand awareness** online. Per svolgere questo ruolo, sono indispensabili competenze di web, ma anche SEO/SEM e social media.

**Storyteller digitale.** È il professionista che elabora i contenuti per i canali social, il blog o il sito di una azienda o di un manager. "Ma non si tratta semplicemente di pubblicare post o articoli che possano diventare virali. Al centro di tutto, infatti, ci sono la capacità di raccontare storie e di lavorare su **molteplici canali**: Facebook, Youtube, LinkedIn, Instagram, Twitter e Pinterest, senza dimenticare i blog che richiedono toni e stili differenti", fa sapere Francesca Contardi, managing director EasyHunters.

**Brand journalist.** Si tratta di una figura molto vicina, come idea, allo storyteller digitale, con la variabile che questa figura **crea e diffonde** per conto di un'azienda messaggi di interesse per il

target di riferimento. "Non stiamo parlando di semplici messaggi commerciali e finalizzati alla vendita di un prodotto o di un servizio. Proprio come un giornalista tradizionale, il brand journalist deve fornire **notizie utili** e raccontare la storia dell'azienda", spiega Contardi.

**Manager customer service.** Lavora sui social dove **segue e gestisce il team** che si occupa dei clienti che comprano online. L'attività del responsabile del customer service, molto spesso, passa anche attraverso i social network, in quanto molti clienti affidano a questi canali richieste e lamentele. "Il professionista deve essere capace, con i toni e i tempi giusti, di rispondere alle domande dei clienti e di risolvere gli eventuali problemi", precisa l'esperta.

**Reputation Manager.** Essere online non basta più: occorre esserci nel modo giusto. "**La reputazione di un brand** è cruciale e, poiché la percezione online può cambiare nel giro di pochissimo, il responsabile della reputazione è un professionista che monitora in modo puntuale e costante l'immagine dell'azienda o del brand di cui si occupa e interviene rapidamente nel caso di crisi", conclude Contardi.