



# Le nuove professioni digitali: opportunità, requisiti e competenze più richieste

# Piacere di conoscervi!

...partiamo dal nome: Francesco De Nobili

Insegno "Comunicazione e Web" presso l'Università di Bologna (Corso di Laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa)

Sono responsabile del progetto web **Comunicazione Lavoro**, rivolto a chi cerca notizie, formazione e lavoro nel campo delle nuove professioni digitali.



Svolgo attività di formazione a privati e aziende sul web marketing, SEO, social media marketing, content marketing, copywriting, brand reputation ecc.

Sono autore di diversi libri ed ebook su questi temi, l'ultimo in ordine di tempo è "**Content marketing: guida pratica alla creazione di contenuti per Social e Blog**" appena uscito per Area51 Publishing e a marzo in formato libro cartaceo per HOEPLI.

# Partiamo da qualche dato

Secondo la ricerca "HR Digital Leadership" dell'Osservatorio HR Innovation Practice della School of Management del Politecnico di Milano (maggio 2015)

In Italia abbiamo oltre **20 mila posti** di lavoro vacanti nel digitale che nel 2020 si prevede toccheranno i **170 mila**



**Divario tra domanda e offerta** di lavoro delle nuove competenze digitali

Mancanza di strumenti adeguati per ricercare le nuove figure professionali:

- 1) difficoltà a conoscere dei **reali bisogni** professionali
- 2) difficoltà a comprendere se **già esistono** in azienda
- 3) capire se c'è la possibilità di **svilupparli** internamente o esternamente

# Dove sono più ricercate?

Le direzioni aziendali con necessità di nuove professionalità digitali



Infografica completa: <http://bit.ly/hrdigitalOM>

# Facciamo chiarezza

Da dicembre 2006 IWA Italy (la sezione italiana di dell'associazione internazionale di professionisti del Web) ha costituito il **Gruppo Web Skills Profiles** con l'obiettivo di **definire i profili professionali del Web**.

Il 30 giugno 2014, con aggiornamento al **31 dicembre 2014**, IWA Italy **ha pubblicato** ufficialmente **la versione 2.0 del documento** contenente i profili professionali operanti nel Web.



SkillProfiles.eu

IWA è inoltre partner del **progetto Eskills for Job**, una campagna di **comunicazione e sensibilizzazione** diffusa in 22 Stati Membri sul tema delle competenze digitali, con l'obbiettivo di **colmare la carenza** e i disallineamenti delle competenze digitali in Europa.

## SkillProfiles.eu

Community Manager  
Web Project Manager  
Web Account Manager  
User Experience Designer  
Business Analyst  
DB Administrator  
Search Engine Expert  
Advertising Manager  
Frontend Web Developer  
Server Side Web Developer  
Web Content Specialist  
Web Server Administrator  
Information Architect

Digital Strategic Planner  
Web Accessibility Expert  
Web Security Expert  
Mobile Application Developer  
E-commerce Specialist  
Online Store Manager  
Reputation Manager  
Knowledge Manager  
Augmented Reality Expert  
E-Learning Specialist  
Data Scientist  
Wikipedian

# Grande lavoro svolto, ma criticità attuali

- 1) Profili validi solo in caso di **grandi aziende**: nella maggior parte dei casi i professionisti digitali si occupano spesso di diversi ambiti in simultanea, **diminuendo fortemente il numero** di profili richiesti.
- 2) Questo è ancor più valido per PMI, startup o agenzie, in cui **una sola persona** si occupa di comunicazione e marketing.
- 3) Queste professioni **sono tutte interconnesse**: ognuna ha elementi in comune con le altre e con esse si completa.

Scopriamo insieme quali sono realmente **le professioni e le competenze più richieste**, con un occhio di riguardo alle professioni digitali legate al cosiddetto **“codice umanistico”** (essendo le più nuove).



# Community manager

**Definizione** (dal documento skills profiles "Web community manager")  
"...crea e contribuisce a potenziare le **relazioni tra i membri** di una comunità virtuale presenti sul Web e tra questa e **l'organizzazione** committente, con una comunicazione efficace all'interno del gruppo; in particolare promuove, controlla, analizza e valuta le conversazioni che si svolgono **sulle varie risorse Web** (siti Web, blog, social network)."



Quando lavora per un'azienda o un progetto collegato a un brand, diventa **il filtro in prima linea** con l'utenza, il **mediatore della comunicazione** e della promozione del brand verso l'esterno, e dell'utenza verso l'interno.

Quando avviene qualcosa di collegabile al brand, che **esplode nel bene o nel male**, è lui il primo a saperlo e il primo a dover **organizzare una strategia di coinvolgimento** virtuoso tra i diversi input e output.

# Community manager: competenze richieste

In Italia (anche se leggermente differente) è l'equivalente del **Social media manager**. Deve sapere:

- creare **i profili** (grafica e informazioni di base) per i diversi social network scelti: Facebook, Twitter, Google Plus, Instagram, Pinterest, LinkedIn ecc.



- **creare i contenuti** per i diversi obiettivi (brand reputation, lead generation, customer service/satisfaction, sviluppo della community, vendita ecc.)
- saper **gestire eventuali "crisi"** sui social (lamentele, attacchi pubblici ecc.)
- saper gestire le diverse **tecniche di content marketing** per coinvolgere e veicolare i messaggi (real time marketing, marketing nostalgico, persuasive marketing, storytelling ecc.)
- conoscere le principali **metriche di analisi**
- conoscere le eventuali forme **pubblicitarie a pagamento**

# Community manager: strumenti

Alcuni strumenti utili (oltre ai singoli social)

- **Gestire contenuti**, ma soprattutto **analizzare conversazioni**: Hootsuite, Buffer, PageModo, Postcron, PostPickr (per programmare il piano editoriale).
- Per il **social storytelling**, creando narrazioni su contenuti pubblicati: Storify, BuzzTale (storytelling aziendale), MyParade (visual storytelling).
- Per reperire **immagini libere** da diritti (o quasi): Pixabay, Photopin, Compfight, Dreamstime, Getty.
- Per **modificare e/o creare immagini**: Gimp (software open source gratuito) Canva, Tricked out timeline (per personalizzare le cover di Facebook).



# SEO specialist

**Definizione** (dal documento skills profiles "Search Engine Expert")

"...si occupa nelle varie fasi del progetto del supporto e della verifica dei risultati inerenti il posizionamento sui motori di ricerca, impartendo le regole di relativa ottimizzazione all'interno dello sviluppo dei servizi Web".



Può lavorare all'interno di un'azienda o un'organizzazione o, in alternativa, come freelance e per agenzie specializzate in Web marketing.

**Obiettivo:** posizionare il sito web (il più in alto possibile), all'interno della pagina dei risultati di ricerca (SERP) in funzione delle parole chiave legate al sito, in maniera organica (gratuitamente) e/o utilizzando servizi a pagamento (Google Adwords in primis)

# SEO specialist: competenze richieste

Conoscere i Principali (!) fattori che influenzano il posizionamento:

- **SEO On page** che riguardano le caratteristiche tecniche delle pagine del sito: nome dominio, utilizzo di "URL" parlanti, ottimizzazione dei tag HTML, ottimizzazione di link, immagini, file, "freschezza" dei contenuti ecc.



- **SEO Off page** in cui rientrano invece tutte le caratteristiche che derivano da attività effettuate all'esterno del sito: backlink/link popularity, landing page esterne, guest copywriting ecc.)
- Conoscere le **penalizzazioni** (contenuti duplicati, black hat seo, acquisto link ecc.) che fanno perdere posizioni nelle SERP.
- Mantenere **alta la velocità** di apertura delle pagine del sito (immagini ottimizzate per il web, template leggero e con codice semplice) e il **funzionamento del sito**: evitare down o errori delle pagine non più esistenti (Errore 404)

# SEO specialist: strumenti

Per la **scelta delle parole chiave** e conoscere i **volumi di ricerca**:

- Strumento di pianificazione delle parole chiave di Google AdWords (<https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer>)
- SEMRush (versione gratuita base o a pagamento per dati avanzati)



- Per scoprire le parole chiave combinate più ricercate: ubbersuggest

## ↑ weekend toscana +

- ⊕ weekend toscana mare
- ⊕ weekend toscana agriturismo
- ⊕ weekend toscana cosa vedere
- ⊕ weekend toscana idee
- ⊕ weekend toscana bambini
- ⊕ weekend toscana terme
- ⊕ weekend toscana offerte
- ⊕ weekend toscana in camper
- ⊕ weekend toscana consigli
- ⊕ weekend toscana con bambini

## ↑ weekend toscana + a

- ⊕ weekend toscana agriturismo
- ⊕ week end toscana agriturismo economico
- ⊕ week end toscana agriturismo con piscina
- ⊕ week end toscana al mare
- ⊕ week end toscana agriturismo con maneggio
- ⊕ week end toscana agosto
- ⊕ week-end toscana a cavallo
- ⊕ week end toscana aprile
- ⊕ week end toscana agosto 2012
- ⊕ week end avventura toscana

## ↑ weekend toscana + b

- ⊕ weekend toscana bambini
- ⊕ weekend toscana benessere
- ⊕ week end toscana beauty farm
- ⊕ week end benessere toscana 1 notte
- ⊕ week end benessere toscana last minute
- ⊕ week end benessere toscana offerte
- ⊕ week end benessere toscana pacchetti
- ⊕ week end benessere toscana 2 notti
- ⊕ week end benessere toscana per single
- ⊕ week end bicicletta toscana

- Per scoprire le parole più cercate del momento: Google Trend
- Per ridurre il peso delle immagini per il web: Compressor.io (tool online)

# Digital copywriter

**Definizione** (dal documento skills profiles "Web Content Specialist")

"...si occupa di produrre contenuti, sia testuali che multimediali dei quali è direttamente responsabile, che siano efficaci per una risorsa Web. Cura il contenuto anche in base della piattaforma che lo dovrà ospitare (sito Web, social network, blog, interfaccia) e del target (utenza).



Figura professionale che si colloca tra il settore della Comunicazione digitale e il Marketing.

Può essere freelance o parte di una organizzazione, pubblica o privata

# Digital copywriter: competenze richieste

Fondamentalmente deve sapere:

"...utilizzare le parole giuste per dire le cose giuste alle persone giuste in modo da ottenere la risposta giusta" Roger Horberry (copywriter inglese)



- Conoscere le **tecniche di web writing** (formattazione, utilizzo dei contenuti multimediali, usabilità ecc.) in funzione dei diversi dispositivi di lettura (oggi Mobile first)
- conoscere le tecniche di **copywriting persuasivo** e di business writing, anche in funzione del posizionamento del sito (SEO)
- conoscere le **diverse tipologie** e i diversi formati di copywriting: CTA (Call To Action), Social Post, DEM "Direct Email Marketing", White paper (documento per presentare i servizi aziendali), Landing page, ebook, guest blog ecc.

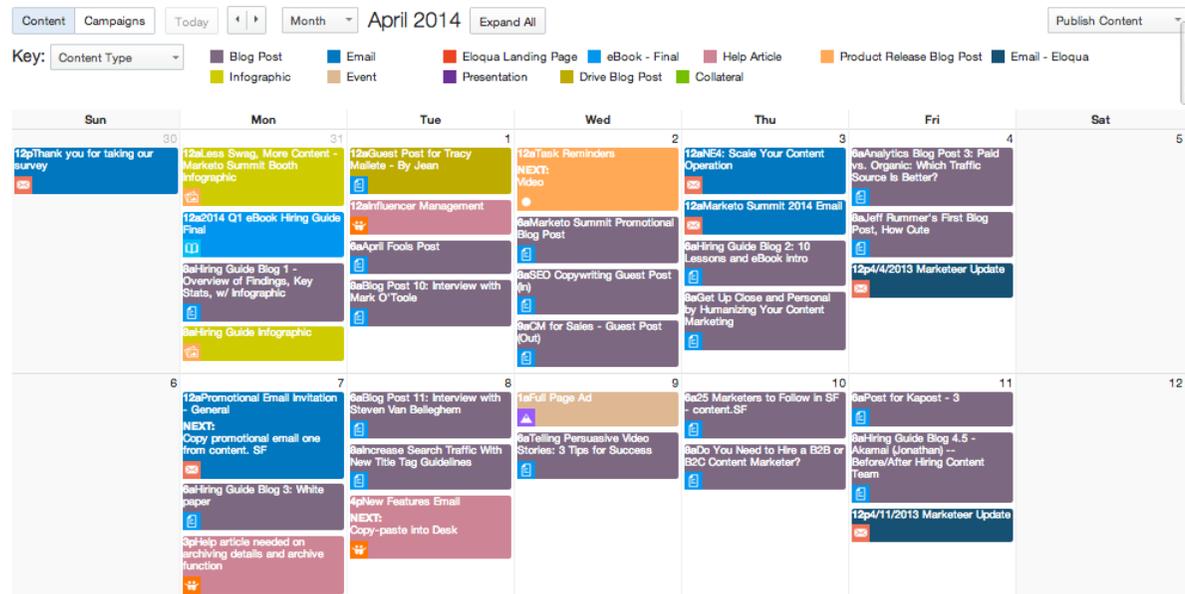
# Digital copywriter: strumenti

## Fonti e idee

- Per non perdere neanche un articolo interessante, inserire tag di riferimento e averlo disponibili da qualsiasi dispositivo anche offline): Pocket (web e app)
- Per monitorare le notizie più condivise dal mondo e dalla Rete: FlipBoard,
- per segnarsi tutto, creare liste di cose da fare e collegarle al calendario: Google Keep.

## Gestione e creazione

- Gestire ideazione, produzione, distribuzione e analisi dei contenuti e di tenere sempre sotto controllo attraverso il calendario editoriale. Kapost (versione gratuita in prova 30 gg o a pagamento)



# Web analyst

**Definizione** (dal documento skills profiles "Web Business Analyst")

"...ha il compito di analizzare e definire i flussi dei processi di business, redigendo il documento con i risultati dell'analisi e la raccolta dei requisiti. E' esperto nella materia in cui deve essere sviluppato il prodotto Web, deve garantire l'integrità della soluzione e l'allineamento con le necessità di business, ovvero deve essere in grado di valutarne la gli impatti economici ed organizzativi al fine di consentire al cliente di trarre le adeguate conclusioni in termini di sostenibilità della soluzione."



# Web analyst: competenze richieste

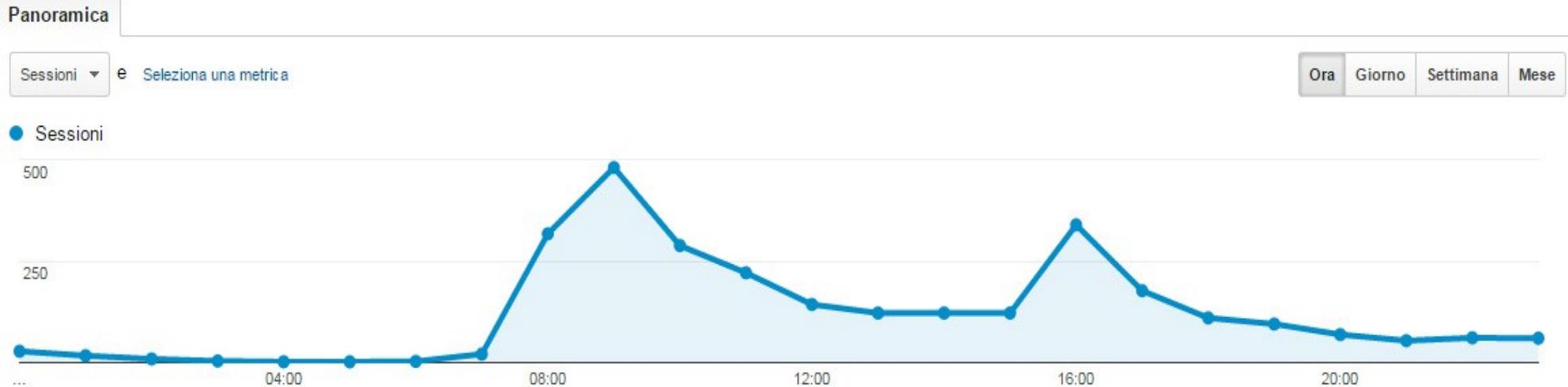
Fondamentalmente deve conoscere:

- i **termini di analisi**: tasso di engagement, KPI (Key Performance Indicators), tasso di conversione dell'obiettivo, referral ecc.
- le **tecniche di comparazione**: tra tipologie di dati, temporali, geografici, tra fasce di utenti, tra dispositivi differenti, tra competitors ecc.

<input type="checkbox"/>	1. Apple iPhone		4.307 (32,42%)	27,91%	1.202 (34,42%)	81,94%	1,69
<input type="checkbox"/>	2. Apple iPad		1.201 (9,04%)	36,39%	437 (12,51%)	61,70%	2,63
<input type="checkbox"/>	3. (not set)		459 (3,46%)	27,23%	125 (3,58%)	79,52%	1,89
<input type="checkbox"/>	4. Samsung GT-I9301I Galaxy S III Neo+		447 (3,36%)	23,71%	106 (3,04%)	76,29%	2,21
<input type="checkbox"/>	5. Samsung GT-I9195 Galaxy S4 Mini		311 (2,34%)	16,72%	52 (1,49%)	81,35%	1,72
<input type="checkbox"/>	6. Samsung SM-G900F Galaxy S5		252 (1,90%)	21,43%	54 (1,55%)	75,00%	2,03
<input type="checkbox"/>	7. Huawei ALE-L21 P8 Lite		218 (1,64%)	20,64%	45 (1,29%)	67,43%	2,15
<input type="checkbox"/>	8. Samsung GT-I9500 Galaxy S IV		175 (1,32%)	20,00%	35 (1,00%)	78,29%	1,75
<input type="checkbox"/>	9. Samsung GT-I9105P Galaxy SII Plus		163 (1,23%)	19,02%	31 (0,89%)	71,78%	2,59
<input type="checkbox"/>	10. Samsung GT-I9300 Galaxy S III		163 (1,23%)	14,72%	24 (0,69%)	72,39%	1,88

- saper **collegare e comunicare i dati** in funzione dell'obiettivo (report di analisi, presentazioni ecc.)

## Google Analytics



## Facebook Insights (e gli altri social Analytics)



Riepilogando...



- 1) Le **aziende hanno bisogno** di nuove professionalità digitali (in alcuni casi hanno le idee chiare, in altri casi no...)
- 2) Le **opportunità ci sono**, sia per chi vuole lavorare in aziende o agenzie, che come libero professionista.
- 3) Ci sono **maggiori possibilità** per le professioni dal taglio più **operativo e concreto**, rispetto a quelle manageriali (anche perché per questi ruoli occorrono comunque anni di esperienza alle spalle)
- 4) Vanno acquisite comunque **competenze trasversali** soprattutto se legate al cosiddetto "codice umanistico" del web, quindi inerenti alle aree di marketing, comunicazione e creatività digitale.

Ora tocca a voi...rimaniamo in contatto!

**Iscrivetevi alla newsletter** di Comunicazione Lavoro:

[www.comunicazionelavoro.com](http://www.comunicazionelavoro.com)

**Appfondite con il mio nuovo ebook:**

Link Ebook content marketing

**Mail:**

[contatti@comunicazionelavoro.com](mailto:contatti@comunicazionelavoro.com)

Ci vediamo anche su:



[@denobilif](https://twitter.com/denobilif)



[Francesco De Nobili](#)



[Pagina personale Francesco De Nobili](#)



[Pagina Facebook Comunicazione Lavoro](#)

