

La crescente digitalizzazione delle aziende fa crescere la domanda di professionalità

L'opportunità di finire in rete

Aumentano le richieste per new media e social network

Le figure più richieste

Funzione	Competenze	Retribuzione annua lorda
Datawarehouse manager	Lingue straniere, competenze tecniche, laurea tecnica	50.000-70.000
Web reputation manager	Lingue straniere, master tecnico 3-5 anni esperienza nel settore	35.000-50.000
Chief technology officer	Lingue straniere, competenze tecniche, laurea tecnica	50.000-60.000

Fonte Technical Hunters 2015

Pagina a cura
di ROBERT HASSAN

Aumentano le opportunità di lavoro nel settore Information technology, soprattutto nell'area new media e social network, spinti dalla crescente digitalizzazione delle attività aziendali. Un esempio viene dal datawarehouse manager, un ruolo che si occupa dello sviluppo e dell'evoluzione dei sistemi informatici atti a raccogliere e modellare tutti i dati disponibili di un'azienda. La retribuzione annua lorda di riferimento per queste figure manageriali parte dai 50 mila euro e può arrivare a 70 mila per i profili con più esperienza. Requisiti fondamentali sono la provenienza dalla modellazione dei dati, competenze legate alla creazione e gestione di database complessi e una laurea tecnica. Altre figure chiave in campo It sono il chief technology manager e il web reputation manager. Il primo è un manager esperto di tecnologie che sa identificare le possibili applicazioni tecnologiche nei prodotti aziendali. Gli stipendi possono raggiungere anche i 90 mila euro per chi ha più di dieci anni di esperienza.

Requisiti fondamentali sono le lingue straniere, la conoscenza delle evoluzioni tecnologiche e il loro possibile utilizzo e una laurea tecnica. Il web reputation manager invece analizza e gestisce l'immagine aziendale sui social e sul web: una figura ancora poco conosciuta di cui le aziende dovranno sempre più dotarsi in futuro. «All'estero il web reputation manager è una figura molto diffusa, contrariamente all'Italia dove esistono le esigenze di queste professionalità all'interno delle aziende, ma si fatica ancora a reperire i profili adatti, pertanto si affidano troppo spesso queste funzioni ancora in outsourcing», spiega Manuela Tagliani, manager di Technical Hunters, società di head hunting. «Tuttavia, questo profilo sta crescendo e le prospettive di sviluppo futuro sono molto buone. Requisiti fondamentali sono l'esperienza nel settore del data mining di almeno 3-5 anni, la conoscenza delle lingue straniere che consentono di verificare la reputazione del proprio cliente anche all'estero ed eventuali master tecnici. Lo stipendio si aggira attorno ai 50 mila euro per manager con più di cinque anni di esperienza. Il trend occupazionale per le

professioni digitali in generale registra una sensibile crescita anno su anno con stipendi che partono da un minimo di 40 mila euro annui lordi e possono raggiungere i 110 mila euro per chi ha oltre dieci anni di esperienza. Per quanto riguarda il settore dell'e-commerce, inoltre, sono ancora poche le aziende che in Italia concepiscono il canale online come un canale di vendita che si aggiunge a quelli tradizionali e per il quale è necessario avere competenze specifiche e di fatto al momento solo le aziende native digitali si sono dotate di profili strategici per il buon successo di una politica commerciale mirata. Il 2015 sarà un anno in cui le sfide poste da un mercato in continua espansione dovranno essere colte per non rinunciare al vantaggio competitivo che questo mercato può offrire. L'e-commerce manager è responsabile del canale di vendita online, ha almeno un'esperienza di 3-5 anni nel ruolo e una laurea economica o ingegneristica. La retribuzione lorda annua di riferimento per queste figure manageriali parte dai 50 mila euro per arrivare ai 90 mila per i manager con oltre dieci anni di esperienza», conclude Tagliani.

Per la comunicazione c'è il community manager

Le aziende oggi richiedono quindi sempre più figure professionali specializzate emergenti che solo fino a pochi anni fa non esistevano, come ad esempio i community manager, l'online project manager e l'online strategic planner. Il primo gestisce la community on-line dell'azienda, monitora la brand reputation sui principali social networks e studia le strategie e le features da implementare per generare traffico. È una figura emergente che pratica anche una forte e costante attività di blogger con gli utenti interessati. Il ruolo richiede un'avanzata conoscenza dei principali social networks e una forte passione per le community on-line. Questo profilo, che percepisce una retribuzione lorda annua intorno ai 40-60 mila euro, riporta al direttore marketing e la sua possibile evoluzione è l'online marketing manager.

Ripartendo al marketing manager, l'online project manager invece è il punto di riferimento per i diversi reparti aziendali coinvolti nello sviluppo di un progetto. Il ruolo richiede solide basi tecniche e di marketing strategico, oltre che forti doti di time management e capacità di lavorare per obiettivi. La sua retribuzione lorda annua è di 40-50 mila euro. L'online strategic planner, infine, riporta al responsabile dell'area digital e si occupa di pianificare le diverse tipologie di campagne di advertising online. Il suo ruolo è consulenziale, rivolto all'individuazione della miglior pianificazione digitale in termini di Roi previsto, oltre che di intermediazione tra advertiser e concessionarie. Questo profilo richiede una pluriennale esperienza in ambito media e di account management. La possibile evoluzione del ruolo è il direttore marketing. La sua retribuzione sia aggira tra i 40 mila e i 60 mila euro lordi annui. Infine, risultano richiesti dal mercato anche il publisher manager: riportando generalmente al network publisher manager o al country manager, gestisce le relazioni e gli accordi commerciali tra i publisher pubblicitari/progetti speciali sugli spazi pubblicitari dei publisher stessi. Il ruolo richiede una forte conoscenza dei vari strumenti di advertising online. La possibile evoluzione del ruolo è il network publisher manager o la direzione aziendale. La sua retribuzione lorda annua è mediamente di circa 40-60 mila euro.

Il mondo tecnologico si è quindi suddiviso sostanzialmente in aziende alla ricerca di soluzioni esterne e fornitori di servizi di base, con system integrator e value added reseller a raccordare domanda e offerta; in questo modo si è aperto uno spazio intermedio ampio e promettente per figure versatili, che comprendono l'Information Technology, ma anche il business e sono sia tecnici che consulenti. Una certa vecchia concezione dell'It si avvia al tramonto, ovvero quella basata sulla reazione un po' passiva alle esigenze aziendali con poca visibilità del mondo esterno. I ruoli richiesti dalle aziende sono differenti a seconda delle attività svolte dall'azienda, ad esempio le società rivolte maggiormente alla pubblicità richiedono maggiormente la figura

dell'adv manager, mentre per quelle più orientate alla comunicazione in generale spicca la figura del social media manager e del community manager. Prima queste professionalità erano quasi sempre esterne e chiamate su commessa, invece oggi divengono figure centrali all'interno dell'azienda e spesso hanno funzioni di quadro e arrivano poi a raggiungere posizioni dirigenziali. Oggi, infatti, un buon direttore marketing o un buon responsabile della comunicazione non può non presidiare l'ambito digitale. Questo aspetto ha rivoluzionato completamente il mercato delle professionalità.

STRATEGIE DI LAVORO

Pronti, progetto e via

Per muoversi con agilità sul mercato un piano di selfmarketing ben costruito e gestito in forma scritta rappresenterà un ottimo punto di partenza. Si tratta di un vero e proprio documento che prevede fasi distinte e organizzate in sequenza e in ordine logico. La parte introduttiva sarà dedicata alle motivazioni in base alle quali si intenda raggiungere un determinato obiettivo professionale. Dovrà, quindi, essere descritto lo scenario della propria ricerca, ovvero il contesto socio economico di riferimento, i mercati di interesse e le caratteristiche specifiche, le tendenze e i prodotti che fungeranno da sfondo

rispetto ai nostri particolari obiettivi di carriera. Questi ultimi saranno descritti dettagliatamente in una sezione ad hoc. Si terranno presenti gli aspetti economici e di marketing e si cercherà di valutare quantitativamente la fattibilità di uno o più progetti lavorativi in base ai dati raccolti. La fase strategica, invece, costituirà un vero e proprio «ragionamento» all'interno del piano di marketing. Si dovranno declinare le azioni specifiche grazie alle quali poter raggiungere i propri scopi professionali, le priorità, le scadenze e le risorse a disposizione (chi farà che cosa e quando). Ci saranno, a seguire, una sezione

descrittiva delle azioni specifiche (le tattiche di attuazione della strategia prevista) e una dedicata al budget. Saranno importanti, infatti, la definizione del costo delle attività preventive e, al contempo, la previsione relativamente ai possibili guadagni generati da una ricerca mirata. Infine, la fase di verifica, rappresenterà una riflessione sull'avanzamento del proprio progetto e sugli eventuali piani di emergenza. Si dovrà tener conto di elementi di valutazione imprescindibili in grado di evidenziare gli «scostamenti» più o meno significativi rispetto ai risultati attesi.

Angelo Boccato
info@angeloboccato.it