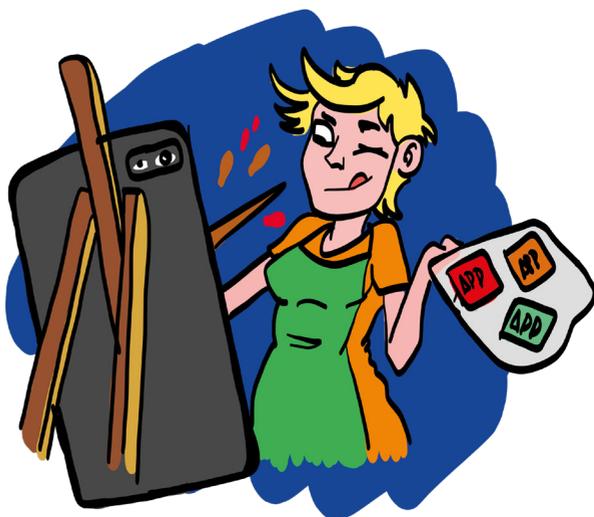




ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

Le professioni del futuro

Tecniche, Mestieri e Digital Art



A cura del Gruppo

Media Comunicazione e Spettacolo

di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza

Indice

Com'è nato questo progetto | 05

Il Gruppo Media Comunicazione e Spettacolo | 07

Elenco professioni digitali | 09

Com'è nato questo progetto

Le innovazioni tecnologiche e culturali hanno apportato profonde modificazioni al mondo della comunicazione, determinando la nascita di nuove figure professionali legate, in particolare, alle strategie del digitale e rimodellando le figure già esistenti in un'ottica di flessibilità e trasversalità dei ruoli e delle competenze.

Questo progetto nasce, quindi, dalla volontà del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda di offrire agli studenti universitari delle lauree in comunicazione e marketing elementi informativi e chiavi di lettura delle dinamiche di mercato, fornendo un sintetico quadro aggiornato dei profili professionali digitali più ricercati così da facilitare l'allineamento tra le aspettative dei giovani che intendono intraprendere le professioni della comunicazione e le attuali esigenze del mercato del lavoro.

Questo opuscolo, frutto del lavoro di manager e professionisti che operano in alcune tra le più interessanti realtà aziendali del territorio, vuole essere una bussola orientativa che aiuti gli studenti a mettere a fuoco il proprio progetto professionale in termini di punti di forza e di miglioramento, di attitudini personali e di preparazione culturale rispetto a un mercato del lavoro multiforme e in costante evoluzione.

Il Gruppo Media Comunicazione e Spettacolo

Il Gruppo Media Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda è una compagine associativa che aggrega importanti imprese della produzione, commercio e distribuzione dei comparti editoria, comunicazione, agenzie di pubblicità, servizi audiovisivi, videofonografici e dello spettacolo. Il Gruppo è diviso in tre sezioni, veri e propri tavoli di lavoro tematici in cui le imprese partecipano e propongono progetti concreti in risposta alle esigenze dello specifico settore:

- *sezione Editoria e Comunicazione*: racchiude al suo interno imprese che si occupano di editoria di settore, web magazine, servizi di stampa, televisione, radio, web magazine;
- *sezione Comunicazione d'impresa*: comprende aziende che si occupano di comunicazione digitale, branding, eventi, relazioni pubbliche e pubblicità;
- *sezione Videofonografici*: è composto da società di produzione discografica, spettacolo, sport ed entertainment.



Elenco professioni digitali

A - B - C

Account - ambito comunicazione

È il responsabile del rapporto con i clienti nell'agenzia di comunicazione/pubblicità; è la persona che interagisce con loro nel processo di predisposizione di un piano di comunicazione o di una campagna pubblicitaria. Il suo primo compito è quello di raccogliere dal cliente il bisogno comunicativo/pubblicitario e supportarlo nell'analisi delle esigenze e degli obiettivi che vuole raggiungere; raccolto il brief, l'Account lo veicola al suo team di professionisti (Strategic planner, Copy writer, Art director, Grafici, Media planner etc.) che si occupano dello sviluppo progettuale o realizzativo.

Account - ambito web

È la figura professionale che gestisce le trattative e le relazioni di business con i clienti per favorire la vendita di prodotti e/o servizi in internet. L'Account ha quindi la responsabilità di raggiungere i target di vendita e mantenere i margini di profitto, in linea con gli obiettivi definiti dall'organizzazione in cui lavora. Controlla l'avanzamento della commessa, presentando periodicamente i report sulle attività svolte e assumendo la responsabilità della fatturazione e degli incassi.

Advertising manager

Si occupa di pianificare e coordinare l'intero processo di promozione, dall'ideazione alla realizzazione di campagne pubblicitarie. Vende prodotti e servizi connessi all'advertising, valutando costi e benefici dell'attività promozionale. Gestisce la comunicazione aziendale, sviluppa la strategia di advertising da ogni punto di vista (business, tecnico e delle vendite), effettua ricerche di mercato, promuove e conclude contratti con gli sponsor e con le agenzie.

All-in-line advertiser

È il profilo che si occupa di stilare la strategia alla base delle diverse soluzioni promozionali nella Rete. A partire dall'individuazione degli obiettivi di promozione, in funzione del budget e delle risorse disponibili, l'All-line Advertiser definisce gli stati di avanzamento del progetto, mixando canali e messaggi differenti (senza però tralasciare la coerenza rispetto a quanto pianificato fuori dalla Rete); vaglia tutti gli strumenti disponibili - dai banner agli annunci sponsorizzati, dalle newsletter al social video - e imposta un calendario con le attività promozionali funzionali a dare visibilità al prodotto aumentandone la richiesta da parte degli utenti.

Business analyst

Ha il compito di analizzare e definire i flussi dei processi di business: è esperto nella materia in cui deve essere sviluppato il prodotto web e deve garantire l'integrità della soluzione e il relativo allineamento con le necessità di business. È la figura cui compete la definizione e lo sviluppo dei business plan, la scrittura dell'analisi dei fabbisogni, il miglioramento dei processi business dell'azienda, su cui si basa il funzionamento dell'azienda stessa. Su scala più ampia è compito del Business analyst anche l'allineamento fra le strategie di business e quelle dei Sistemi Informativi all'interno delle grandi aziende.

Business intelligence manager

Supporta i processi di decision making monitorando lo scenario competitivo e raccogliendo informazioni utili per capire il mercato, i consumatori e le opportunità. Mette a disposizione dei decisori aziendali, o dei clienti, soluzioni logiche o tecniche per organizzare, categorizzare, rielaborare le informazioni di un'azienda, facendo sì che queste possano dare indicazioni sull'andamento del business e sulle decisioni da prendere per migliorarlo.



Copy writer / Digital copy writer

Cura l'ideazione dei messaggi pubblicitari, con specifico riferimento alle componenti scritte e/o parlate, qualunque sia il mezzo utilizzato dalla comunicazione: radio, TV, stampa, affissioni, web etc. Lavora in strettissima collaborazione con l'Art director che si occupa invece della parte visiva della campagna pubblicitaria. Il loro lavoro è così strettamente correlato, che non si può prescindere dall'apporto creativo di entrambi.

Creative strategist

È la figura responsabile di tutte le produzioni creative, definendo il modo migliore per rappresentare visivamente un'idea e produrre contenuti progettuali per tutte le piattaforme digitali. Al Creative Strategist Director è richiesta la conoscenza delle ultime tendenze tecnologiche, dell'utilizzo delle metriche per la strategia digitale e la capacità di creare esperienze uniche per gli utenti online.

D - E - F

Data scientist / Web analyst

Identifica, raccoglie, prepara, valida, analizza dati inerenti a diverse attività dell'azienda per estrarne informazione, anche tramite lo sviluppo di modelli predittivi per generare sistemi organizzati di conoscenza avanzati. Immagina nuovi segmenti di audience. Rende i numeri utilizzabili per applicazioni pratiche; è in grado di leggere e misurare i dati della rete e si occupa della costruzione del sistema di analisi dei dati.



Data Visualization e Dashboard designer

È la figura professionale che deve trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione e i dati provenienti delle piattaforme digital dell'impresa.

Digital account sales

Svolge analisi di mercato e dell'andamento delle vendite digitali dell'azienda. È informato sulle ultime novità tecnologiche e del mondo dell'entertainment che possano avere impatto sui settori di produzione dell'azienda. È chiamato a diffondere informazioni sulle novità del mercato con i rappresentanti dei diversi partner e a supportare i colleghi delle diverse divisioni, fornendo loro analisi e reporting utili per assumere decisioni.

Digital analyst

È la figura professionale che si occupa delle analisi e delle proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne di marketing/vendita, delle abitudini di consumo e delle tendenze del mercato di riferimento. È responsabile delle analisi e dei KPI collegati ad artisti, campagne e streaming con focus sulle playlist di contenuti (musica, video, ecc.), collaborando allo sviluppo delle performance di tali prodotti. Fornisce indicazioni strategiche in considerazione delle tendenze del settore e dei modelli di consumo digitali.

Digital marketer

Pianifica e coordina tutte le strategie di comunicazione online, a partire dalla definizione del budget; definisce le strategie per convogliare il traffico online verso il sito dell'azienda (dell'organizzazione o dell'ente). Sviluppa e pianifica le campagne di marketing digitale; monitora i tassi di conversione delle campagne; definisce le media strategy e le strategie di Customer Relationship Management (CRM) online. Migliora le performance del sito web aziendale e mantiene l'azienda competitiva nel digital marketing, esplorando le nuove tecnologie.

Digital project manager

Coordina le attività di design e progettazione dell'interfaccia e in particolare gestisce le fasi di raccolta dei requisiti. È il punto di riferimento per il team di progetto e per il cliente, coordina e organizza le attività operative delle risorse interne e esterne. Mantiene aggiornato lo stato di avanzamento del progetto monitorando il budget e la gestione dei costi di progetto. Definisce le politiche di testing funzionale dei componenti progettati/implementati e supporta il cliente nelle fasi di progettazione e implementazione di nuove architetture tecnologiche.

Digital PR

È la funzione aziendale che monitora, gestisce e cerca di migliorare la reputazione online di un'azienda, la notorietà del suo brand e la percezione che ne hanno il pubblico e gli influencer. Individua gli influencer del settore e stabilisce con loro relazioni finalizzate a dare visibilità al brand per cui lavora. Ascolta, modera, risponde e stimola il pubblico dei social network nelle interazioni dirette con l'azienda, previene ed eventualmente gestisce eventuali situazioni di crisi nella comunicazione sui social network.



Digital producer

Coordina le diverse professionalità coinvolte nella produzione di un contenuto digitale, così come un producer televisivo ha la capacità di coordinare ogni aspetto della realizzazione di un prodotto audiovisivo. Indipendentemente dalla sua specializzazione, il digital producer è in grado di avere una visione globale delle caratteristiche che dovrà avere un contenuto e di come questo verrà prima distribuito e poi fruito in rete.

Digital strategist

Si occupa di effettuare l'analisi e lo studio di un'azione comunicativa per il lancio di un prodotto, una campagna pubblicitaria, un evento etc. L'Analista della strategia e dei testi per la comunicazione analizza i contenuti della comunicazione, effettuando una matura dei valori di scenario e del sistema sociale all'interno del quale si vuole collocare l'azione comunicativa. L'analisi si compone di una parte di studio del prodotto/testo e del contesto in cui verrà inserito e, laddove richiesto, di un'analisi sul campo (attraverso focus group ed interviste) volta a coinvolgere direttamente il target di riferimento.

Digital technical officer

Monitora, valuta, seleziona e suggerisce alle funzioni direttive dell'azienda le tecnologie che possono essere applicate ai prodotti o ai servizi che una azienda

produce. Il ruolo significativo della tecnologia nei prodotti di un'azienda ha creato la necessità di un manager che capisca e conosca le tecnologie e sappia identificarne le possibili applicazioni nei prodotti aziendali.

E-commerce specialist

È la figura chiave per la gestione e il coordinamento di tutte le attività riguardanti il commercio elettronico. Progetta l'implementazione di soluzioni idonee per il commercio elettronico, relazionandosi con i vari professionisti; progetta inoltre la strategia di e-business e si occupa di pubblicare siti e-commerce. È un professionista capace di elaborare soluzioni per la vendita online di prodotti e/o servizi, dotato di competenze in campo informatico e di know-how legato allo sviluppo commerciale e operativo dell'attività di e-commerce.

Editorial specialist on/off line

È un profilo professionale dotato di capacità progettuali e tecniche tali da conoscere e saper utilizzare consapevolmente diversi media e strumenti tecnologici. L'Autore multimediale è un realizzatore-autore capace di affrontare produzioni e progetti dove sono impiegati media diversi, da quelli destinati alla ripresa a quelli per la post-produzione, sino ad arrivare ai sistemi distributivi del mondo dell'audiovisivo e alle piattaforme web.



Event manager

Analizza i bisogni espressi e definisce con la committenza il concept principale dell'evento in termini di risultati attesi, risorse a disposizione, contenuti proposti, tempi etc. Realizza un'analisi di fattibilità e definisce il progetto dell'evento; ipotizza iniziative possibili e concrete in relazione alle esigenze individuate. Organizza l'allestimento dell'evento e lo gestisce in loco, coordinando ogni fase di realizzazione. Si occupa inoltre di organizzare e gestire la campagna promozionale utilizzando tutti i canali disponibili per raggiungere il target prescelto.

Full stack developer

Sviluppatore in grado di operare sia lato frontend che backend nello sviluppo di un progetto web, ovvero sia sulla porzione con la quale interagirà l'utente finale sia su quella che le sta dietro e regola le logiche di funzionamento dell'applicazione stessa, le configurazioni del server e il database.



G - M - P

Graphic designer

È il progettista della comunicazione visiva. È un creativo che impiega la sua tecnica in tutto ciò che è visivo nella comunicazione: dal packaging alla grafica di un film, dal logo di un nuovo prodotto al design di un marchio di tendenza. Si occupa della produzione dell'elaborato grafico: dal sistema operativo, alla digitalizzazione ed elaborazione delle immagini, alla realizzazione titoli, brevi testi, marchi e illustrazioni, fino all'impaginazione del prodotto.

Media planner

È il tecnico pubblicitario che effettua progetta e definisce una o più 'strategie di comunicazione' per raggiungere gli obiettivi di marketing prefissati, attraverso l'analisi dei mezzi di comunicazione e dell'attività dei concorrenti; formula proposte di 'media plan', ovvero di ripartizione degli investimenti, contratta con editori e concessionari per l'acquisto degli spazi sui mezzi di comunicazione. Si occupa di controllare la reale uscita degli avvisi/comunicati, nel rispetto del calendario, contestare eventuali incongruenze con gli accordi siglati, nonché le eventuali distorsioni nella pubblicazione degli annunci pubblicitari.

Media researcher

Si occupa prevalentemente dell'analisi critica delle ricerche sui grandi mezzi, anche note come indagini collettive, cioè delle ricerche relative al pubblico (audience) dei principali mezzi di comunicazione, classi di veicoli e veicoli pubblicitari. Analizza tutte le fonti di informazione disponibili sui mezzi, svolgendo un ruolo di consulenza per qualsiasi problema che abbia risposta nelle ricerche sui mezzi (Audipress, Auditel, ADS, Eurisko, ecc.).

Mobile Specialist / User experience designer / manager

Migliora l'esperienza degli utenti su mobile, armonizza l'esperienza su desktop, mobile, app. Ha il compito di integrare i requisiti dell'utente, i requisiti dell'applicazione, i vincoli di accessibilità e di usabilità in una interfaccia visuale e in un modello di interazione il più possibile uniforme e integrato. Sviluppa applicazioni multiformato (tablet, phone e wearable) e collabora ai progetti software dei diversi team tecnici informatici dell'azienda.

Product manager

Coordina le risorse mirate alla progettazione, realizzazione e controllo di tutte le attività di marketing, relative a un prodotto o a una linea di prodotti. Cura la definizione degli obiettivi, delle strategie e delle specifiche azioni necessarie per realizzare e quindi commercializzare un prodotto, o una linea di prodotti. Elabora analisi economiche di redditività e analisi delle esigenze del consumatore, sulla base delle quali decidere l'ingresso in un mercato o un eventuale riposizionamento. Tiene sotto osservazione le tendenze di mercato per poter intervenire tempestivamente con azioni correttive a fronte di minacce e/o opportunità.

Programmatic buying manager / Media trader

È il responsabile della creazione e dell'ottimizzazione delle campagne pubblicitarie. Si occupa della pianificazione pubblicitaria con una tipologia di vendita molto specifica: deve quindi avere dimestichezza con tutte le piattaforme coinvolte nella filiera e conoscere bene le dinamiche fra la domanda e l'offerta pubblicitaria, analizzando i relativi dati di contesto. Deve saper affrontare i problemi tecnici della erogazione dei formati (desktop, video, mobile etc.) o avere la capacità di trasferirli ai reparti informatici.

R - S - T

Reputation manager / E-reputation manager

Si occupa di analizzare, gestire e influenzare la reputazione di chiunque (organizzazione o individuo) sia presente sulla rete. Svolge il ruolo di controllo della reputazione online dell'azienda, con l'obiettivo di comprendere chi sono gli influencer e i trends del momento e ovviamente intercettare sul nascere potenziali situazioni di crisi online legate al brand o al prodotto dell'azienda. Mantiene le comunicazioni con i media tradizionali, oltre che con i network, costruendo contenuti interessanti come video e foto, che trasmettano la corretta impressione dell'azienda.

Search engine expert / specialisti SEO e SEM

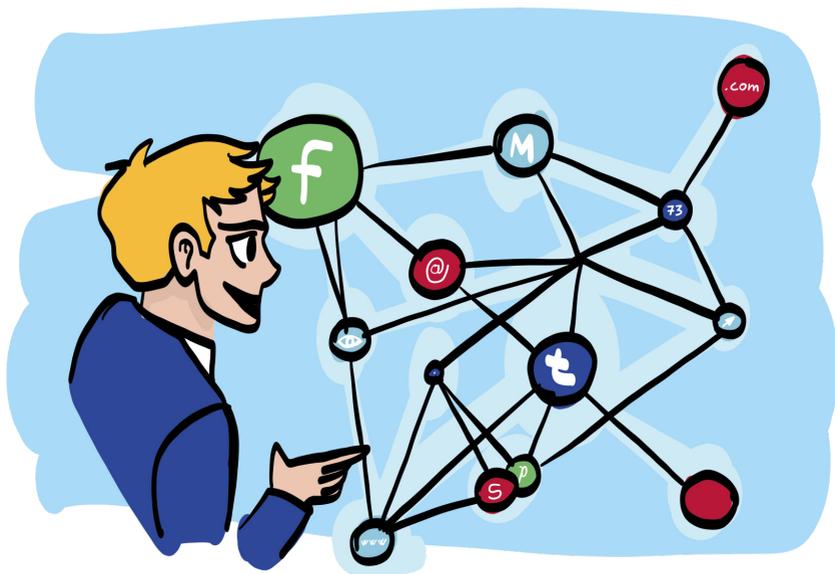
È responsabile del coordinamento delle attività dirette a migliorare il posizionamento del sito internet aziendale sui motori di ricerca: il ruolo richiede una predisposizione all'analisi dei dati, alla gestione di budget e alla profonda conoscenza dei motori di ricerca. Si occupa della verifica dei risultati inerenti il posizionamento sui motori di ricerca, impartendo le regole di relativa ottimizzazione all'interno dello sviluppo dei servizi web.

Showrunner / Produttore esecutivo

Ha la responsabilità di tutti gli aspetti creativi e della gestione complessiva di una serie televisiva; sovrintende alla scrittura e alla produzione di ogni episodio, verificandone la coerenza rispetto alla trama complessiva dello spettacolo e con piena facoltà di apportare modifiche, all'occorrenza, alla regia e alla scelta degli scenari. È anche un facilitatore che gestisce il personale e controlla che cast e team lavorino in modo efficace, mantenendo la coerenza dei personaggi e della storia rispetto alle linee programmatiche.

Social media manager / Community manager / Digital media editor

Gestisce i contenuti editoriali sui social media, monitorando la presenza social di un marchio, un prodotto, un individuo, una società, in modo da anticipare i trend positivi e/o negativi. Crea e contribuisce a potenziare le relazioni tra i membri di una comunità virtuale e tra questa e l'azienda committente. Costruisce e gestisce la relazione con gli stakeholder online. Gestisce le conversazioni all'interno delle comunità virtuali.



Strategic Planner

Elabora il piano strategico della attività di comunicazione per l'azienda cliente (in genere, una campagna pubblicitaria o un evento). A partire dalle esigenze del cliente e da una prima analisi predisposta dall'Account, si occupa in particolare

dell'elaborazione del progetto strategico che prevede l'analisi del target, l'analisi della concorrenza, lo studio del prodotto, il posizionamento che si vuole raggiungere, la strategia comunicativa che si intende adottare, il messaggio che si vuole veicolare.

Trafficker

Si occupa della programmazione di annunci pubblicitari da diffondere tramite trasmissione radio, stampa o web. Segue il progresso delle campagne pubblicitarie dalla ideazione alla consegna monitorando le scadenze, la fatturazione, la pianificazione e la collocazione delle pubblicità. Opera in coordinamento con i responsabili dell'account, gli artisti creativi e altri agenti di pubblicità e si interfaccia anche con i clienti per verificarne/mantenere la soddisfazione e informare sull'andamento della campagna pubblicitaria.

Transmedia Editor / Progettista multimediale

Si occupa della progettazione di prodotti di comunicazione multimediale. Sono di sua competenza, in particolare, la fase di definizione dell'idea creativa, la progettazione e la traduzione di massima del prodotto; contribuisce anche alla stesura dei contenuti, partecipando alle scelte tecniche e linguistiche e alla scelta delle modalità di realizzazione del progetto di comunicazione. Coordina le attività di realizzazione del prodotto assegnando le attività ai singoli professionisti all'interno del team di sviluppo e controllando il rispetto dei tempi e la rispondenza delle soluzioni create all'esigenza del cliente.

U - V - W

Unified commerce strategist

È un profilo business in grado di sviluppare e implementare un piano strategico di Unified Commerce (ossia la capacità di fornire ai clienti una brand experience univoca e indipendente dal canale utilizzato per l'acquisto) e gestire le metriche provenienti dalle unità che compongono la piattaforma multicanale: sales, qualità e customer satisfaction. Identificare e progettare applicazioni per diversi device e pianificare campagne di acquisizioni di clienti, andando a progettare la shopping experience completa del consumatore.

Video maker

È responsabile della creazione di un prodotto audiovisivo (corto, videoclip, documentario, spot etc.) da diffondere attraverso canali tv, web, festival. Cura

personalmente le riprese e il montaggio dei lavori, dopo averne ideato la trama e la sceneggiatura, scegliendo attori, costumi, illuminazione del set, colonna sonora. Segue pertanto il processo di produzione audiovisiva dalla formulazione dell'idea fino alla distribuzione del montato definitivo, curando le diverse fasi di realizzazione.



Web accessibility expert (UX)

Si occupa del supporto all'implementazione e verifica dell'accessibilità delle informazioni e dei servizi veicolati da tecnologie web, sulla base delle esigenze di tutti gli utenti. Il suo ruolo è legato alla tipologia di intervento svolta: può essere di supporto allo sviluppo di interfacce, di applicazioni o di contenuti per il web. Può lavorare come freelance, per agenzie specializzate nello sviluppo di servizi web o all'interno di un'organizzazione.

Web content manager / specialist

Contribuisce alla definizione delle strategie comunicative aziendali attraverso la creazione, gestione e implementazione dei contenuti del sito web, incluso il design, lo sviluppo e la produzione dei contenuti stessi. Coordina e integra il gruppo di lavoro (web writer, editor, designer, publisher) dedicato alla creazione e stesura dei contenuti e al loro aggiornamento per produrre un layout finale compatibile con gli standard aziendali e, al contempo, comprensibile ed efficace per gli utenti.

Web project manager

Gestisce il processo di definizione della strategia, degli obiettivi e delle risorse da impiegare per qualsiasi attività che riguardi il web (siti, e-commerce, blog, pagine sui social network). Si occupa anche delle relazioni verso l'esterno: analizza e gestisce tutti gli input che arrivano da clienti, utenti o visitatori web, traducendo le esigenze del cliente in progetti digitali online. Gestisce quotidianamente i progetti web in maniera efficace, con lo scopo di conseguire gli obiettivi del progetto concordati con la committenza.

Web security expert / cyber security manager

Analizza il contesto di riferimento, valuta e propone l'adeguata politica di sicurezza da implementare in accordo con le policy aziendali per proteggere le applicazioni, i server web, i dati e i processi correlati; elabora e adopera tecniche di analisi dei rischi per prevedere le situazioni di pericolo.



Wikipedian

Si occupa di controllare le voci dell'enciclopedia online, delle licenze di distribuzione, fa da tutore per la comunità interna; individua inoltre i materiali digitali utili a estendere o migliorare voci già esistenti e promuove eventi (editathon, hackathon) utili a valorizzare tale materiale. Collabora ai progetti Wikimedia, fra cui Wikipedia, anche creando e modificando voci e contenuti.

www.assolombarda.it
www.assolombardanews.it

