

Quelle figure del digital marketing che darebbero davvero una marcia in più alla tua azienda

Pubblicato: Domenica 24 Marzo 2019



Siamo in un mondo in continua evoluzione: lo si vede anche grazie alle nuove tipologie di **figure professionali** diventate necessarie alle **aziende** per restare sempre all'avanguardia o sopravvivere e superarsi anche quando le altre aziende stanno affondando. Chi comprende che il futuro è nella tecnologia è una persona che ha già vinto.

Il content manager

Ecco una delle figure che in questo periodo è davvero molto importante. Il **content manager** si occupa di fare in modo che l'azienda sia sempre presente sul web con tutte le posizioni possibili e attraverso i **migliori canali pubblicitari**.

Principalmente, viene data importanza anche al **linguaggio SEO**, ossia alla metodologia di comunicazione propria del web. In parole più semplici, il content manager prende in considerazione le parole principali con le quali le persone cercano online la ditta e si occupa di fare in modo che su siti dedicati e partner vi siano sempre frasi che riportano al sito aziendale per fare in modo che tutti possano conoscere la ditta. Si tratta di un lavoro certosino che richiede l'incrocio di moltissimi dati, motivo per cui è bene rivolgersi a un professionista consulente **SEO (Milano è la capitale italiana del marketing e ne è ricca)**.

Se pensiamo alla traduzione dell'espressione in italiano, capiremo di essere davanti al manager dei contenuti, quindi colui che si occupa nel concreto di far conoscere sul web l'attività e fare in modo che nessun concorrente possa avere la priorità nelle ricerche in rete.

Il digital strategist

Oserei definirlo un guerriero del web: il **digital strategist** studia tutti i canali utili a fare **pubblicità** alla propria azienda per poi puntare con i colleghi proprio a fare campagne per promuovere sul web la ditta. Un lavoro che sembra semplice a dirsi ma che, richiedendo di valutare tutti i competitor del mercato, non ha davvero niente di facile.

Si deve concentrare su tutti i **canali di promozione**, studiare quelli che sono usati dalle altre aziende e cercare modi nuovi per catapultarsi, a volte, anche in avventure poco convenzionali.

Per fare tutto questo, in tutte le aziende dovrebbe esserci un team dedicato al **digital marketing** perché, per sopravvivere alla crisi di questo secolo, è necessario avere una buona posizione anche sul web.

Il social media manager

Una figura molto importante che dovrebbe collaborare con le altre per far crescere una ditta. Il **social media manager** si occupa di una delle risorse necessarie – nel bene e nel male – delle ditte moderne, in altre parole **i social**.

Tramite questo tipo di portali, le persone tempo fa condividevano solamente delle foto e dei pensieri personali; con il tempo sono nate anche qui delle grandi possibilità per farsi pubblicità. Un bravo social media manager deve trovare per la sua attività la massima resa con la minima spesa. Studiare i post da inviare, gestire delle pagine o, invece, sfruttare partnership. Deve capire se indire dei concorsi o delle collaborazioni, e anche quando e quanto investire per la pubblicità sui principali social.

Facebook e **Instagram** sono assai diffusi presso gran parte delle famiglie: ogni persona ha dei profili, per cui le aziende possono raggiungere un numero virtualmente infinito di persone. Naturalmente, questo è un settore che potremmo definire di gioie e dolori, perché ci sono anche dei lati negativi: come è semplice farsi buona pubblicità, è anche molto facile essere preda di persone che possono dare una cattiva reputazione all'azienda.

Il ruolo del social media manager è dunque molto complesso: deve saper mediare in caso di problemi e rispondere sempre gentilmente alle critiche, sottolineando come l'azienda sia molto seria e professionale. Tutto questo è davvero molto difficile.

Ci sono aziende che hanno fatto dei passi falsi proprio in questo ambito e si sono ritrovate poi a dover correre ai ripari per evitare il tracollo e perdite di clienti dovute a una cattiva pubblicità.

Se questa figura professionale è in grado di svolgere bene il suo lavoro, allora l'azienda può stare molto tranquilla e puntare a una rosea permanenza nel campo del web.

L'E-commerce manager

Questo per tutte le aziende è un altro ruolo fondamentale, una figura in grado di prendere le redini del mercato e **vendere i prodotti**. Tutto sembra semplice ma è un compito che ha un'importanza da essere definito fondamentale.

Con un buon professionista di questo settore l'azienda potrà vantare un **incremento delle vendite** e anche una notevole **diminuzione delle spese** per la gestione dei rappresentanti. Non serve più avere

tante persone che vadano a suonare alle case della nazione: le figure professionali possono essere utilizzate per pubblicizzare e non altro.

Un metodo sicuro per avere la massima resa con la minima spesa. Con un **negozio virtuale**, si raggiungono molti paesi e si riesce a presentare la propria azienda ovunque, Un vero e proprio metodo per farsi conoscere da tutti, senza bisogno di persone che lavorino in giro e senza limiti territoriali.

Dalle montagne svizzere sino alle spiagge della Sardegna, ovunque, comodamente da casa propria, si possono fare acquisti. Tutto questo è possibile solo grazie alla bravura di un **E-commerce manager** capace di riconoscere i canali migliori e creare il sito di vendita da solo o con la collaborazione di altre aziende del settore.

Conclusione

Le aziende che seguono e creano un team con le figure professionali che abbiamo elencato sono destinate al successo, mentre chi si chiude in metodi aziendali, obsoleti, purtroppo rischia di affondare in questo mondo, che poco aiuta chi non azzarda e utilizza il web come trampolino di lancio per la propria attività.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it