

24.70 SOCIAL MEDIA MANAGER

DESCRIZIONE PROFILO

Il Social Media Manager è responsabile della pianificazione, della definizione, dell'implementazione e dell'esecuzione delle strategie aziendali di comunicazione effettuate attraverso i Social Network (es: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Whatsapp, Messenger, ecc...). Gestisce i budget di advertising per i Social Network, si occupa di monitorare le attività promozionali social, valutando il ROI (ritorno degli investimenti) dei diversi investimenti e monitorando i KPI (indicatori chiave delle prestazioni).

ELEMENTI DI CONTESTO

Ambito di riferimento

Opera all'interno di aziende di comunicazione e marketing e di aziende che come strategia di marketing utilizzano anche i canali digitali e dei social network.

Collocazione organizzativa

In funzione della dimensione organizzativa opera in qualità di responsabile all'interno di una specifica funzione aziendale (Direzione marketing/Comunicazione o riporta direttamente alla Direzione aziendale).

REFERENZIAZIONI

Livello EQF: 6

Classificazione Internazionale delle Professioni ISCO

2431 Specialisti della pubblicità e del marketing

Classificazione Nazionale delle Professioni ISTAT

2.5.1.5.3 - Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione

Classificazione Nazionale delle Attività economiche ATECO

70.21 Pubbliche relazioni e comunicazione

ADA.24.04.13 - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali

COMPETENZA

Implementare una relazione virtuale e digitale con l'utenza

Livello EQF: 6

Conoscenze

Elementi di marketing
Web marketing
Elementi di psicologia della comunicazione
Elementi di strategia della comunicazione
Piattaforme social
Sistemi di comunicazione istantanea
Tecniche di funzionamento ed utilizzo di blog e chat
Tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media
Elementi di programmazione per il web

Abilità

Applicare tecniche di coinvolgimento dei clienti
Utilizzare tecniche di scrittura persuasiva
Utilizzare tecniche di negoziazione
Applicare tecniche di storytelling
Utilizzare strumenti per lavorare per obiettivi
Applicare tecniche per creare e gestire interazioni attraverso i Social
Utilizzare le preferenze degli utenti
Applicare tecniche di social media planning
Utilizzare i principali social media
Utilizzare software di comunicazione istantanea

COMPETENZA

Organizzare campagne di marketing e vendita attraverso i social

Livello EQF: 5

Conoscenze

Elementi di marketing
Web marketing
Elementi di strategia della comunicazione
Mercato pubblicitario
Marketing virale
Controllo dei costi e budgeting
Gestione del cash flow
Strumenti di Advertising dei Social Network (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram,)
Normativa dell'autodisciplina pubblicitaria
Normativa relativa al copyright
Tecniche di Social Selling
Tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media

Abilità

Applicare tecniche di analisi dei costi
Applicare tecniche di pianificazione delle attività
Applicare tecniche di coinvolgimento dei clienti
Utilizzare le preferenze degli utenti
Utilizzare i principali social media
Applicare tecniche per pianificare e gestire blog e chat
Applicare tecniche di social media planning
Applicare tecniche di comunicazione
Applicare tecniche di misurazione delle vanity metrics (like, share, comment)
Applicare tecniche di valutazione delle vanity metrics (like, share, comment) attraverso gli insight dei Social
Leggere e interpretare gli insight
Applicare tecniche di lavoro di gruppo
Applicare tecniche di benchmarking
Applicare tecniche di analisi della concorrenza
Utilizzare software per i fogli elettronici

COMPETENZA

Organizzare campagne di Brand e comunicazione attraverso i social

Livello EQF: 5

Conoscenze

Elementi di marketing
Web marketing
Elementi di strategia della comunicazione
Mercato pubblicitario
Marketing virale
Normativa sull'autodisciplina pubblicitaria
Normativa relativa al copyright
Controllo dei costi e budgeting
Gestione del cash flow
Strumenti di Advertising dei Social Network
Strumenti di Community Management
Tecniche di gestione della reputazione aziendale
Elementi di influencer marketing
Tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media
Tecniche di funzionamento ed utilizzo di blog e chat

Abilità

Utilizzare tecniche di pianificazione economica e controllo dei costi
Applicare tecniche di misurazione delle vanity metrics (like, share, comment)
Applicare tecniche di valutazione delle vanity metrics attraverso gli insight dei Social
Applicare tecniche di comunicazione
Applicare strategie di comunicazione
Applicare tecniche di benchmarking
Applicare tecniche di analisi della concorrenza
Utilizzare software per i fogli elettronici
Applicare tecniche per gestire situazioni di crisis management applicate al web
Applicare tecniche di social media planning
Applicare tecniche di ottimizzazione delle pagine web
Utilizzare le preferenze degli utenti
Presidiare e gestire la reputazione aziendale