

Social Media Manager e mercato del lavoro



Il Social Media Manager è una figura recente, nata con l'affermazione dei social media. Ricercata in Italia da imprese e organizzazioni con forte vocazione alla comunicazione digitale, ha buone chance sul mercato del lavoro. Opera a stretto contatto con le aree funzionali della Comunicazione esterna e del Marketing. A seconda dell'esperienza viene inserito in stage o già all'interno delle organizzazioni oppure impiegato come consulente esterno.

Dal punto di vista del mercato del lavoro, il *Social Media Manager* è una figura piuttosto ricercata, in particolare da imprese e organizzazioni che stanno puntando sulla trasformazione digitale dei processi interni. In particolare trova buone chance là dove esiste una spiccata attitudine al cambiamento e il desiderio di sperimentare nuove tecnologie.

Secondo l'Osservatorio HR Innovation Practice del Politecnico di Milano tra i nuovi ruoli e le professioni più richieste per affrontare la migrazione verso un'economia basata su processi digitali compare proprio il *Social Media Manager*. Si legge nel report "*I lavori del futuro: cosa faremo nel*

2030" redatto dall'Osservatorio: "Le aziende in Italia spesso si trovano a dover affrontare un divario tra domanda e offerta delle nuove competenze digitali. Tra le nuove figure di cui necessitano quelle più richieste e contemporaneamente ancora difficili da formare internamente e reperire sul mercato del lavoro ci sono Data Scientist, Social Media Manager, eCommerce Manager e Digital Strategist".

La grande impresa rappresenta lo spazio che offre maggiori opportunità di lavoro, in particolare in quei contesti più orientati alle tecnologie (telecomunicazioni, e-commerce ecc.), alla comunicazione e al marketing (grandi marche, entertainment, turismo ecc.), all'immagine (moda, sport) o alla gestione di grandi volumi di contatti verso l'esterno (Pubblica Amministrazione, trasporti ecc.). Una tendenza degli ultimi anni è di impiegare *Social Media Manager* affiancandoli a figure già operative nel marketing, cercando così di "svecchiare" le forme tradizionali di promozione e comunicazione esterna. Questa tendenza sta coinvolgendo tutti i settori e anche imprese di medie e piccole dimensioni più sensibili alle relazioni con i propri *stakeholder*.

Una buona opportunità è rappresentata anche da associazioni, terzo settore e mondo del no-profit che non avendo grandi budget per fare promozione hanno puntato negli ultimi anni su Internet come canale di comunicazione esterna.

La domanda di *Social Media Manager* è cresciuta negli anni e si è espansa anche al settore pubblico. Alla fine del 2015, la stessa Agenzia per l'Italia Digitale ha voluto ricordare l'importanza di questa figura nel convegno "Lavoro, servizi, innovazione: il social media manager" durante *Gli stati generali della comunicazione pubblica* di Roma.



Nel segmento privato, invece, le grandi aziende italiane hanno oramai assestato una posizione di rilievo su Internet: sono tutte dotate di un sito aziendale e molti siti "satellite" dedicati a marche o iniziative speciali. Questo sta avvenendo anche sui social media, su Facebook in primo luogo, ma anche su Twitter, YouTube e su LinkedIn. Essendo strumenti di nuova generazione hanno bisogno di persone con competenze specifiche e una nuova generazione di lavoratori orientati alle tecnologie digitali, che in imprese di lungo corso spesso scarseggiano.

Una buona area di impiego di queste figure è anche quella delle Agenzie di Comunicazione, di Pubbliche Relazioni e di

Pubblicità. Le Web Agency di medie e grandi dimensioni stanno, per esempio, creando e strutturando aree specifiche per le attività legate alla comunicazione *digital* con la finalità di rivendere ad aziende clienti nuovi servizi in outsourcing di social media management.

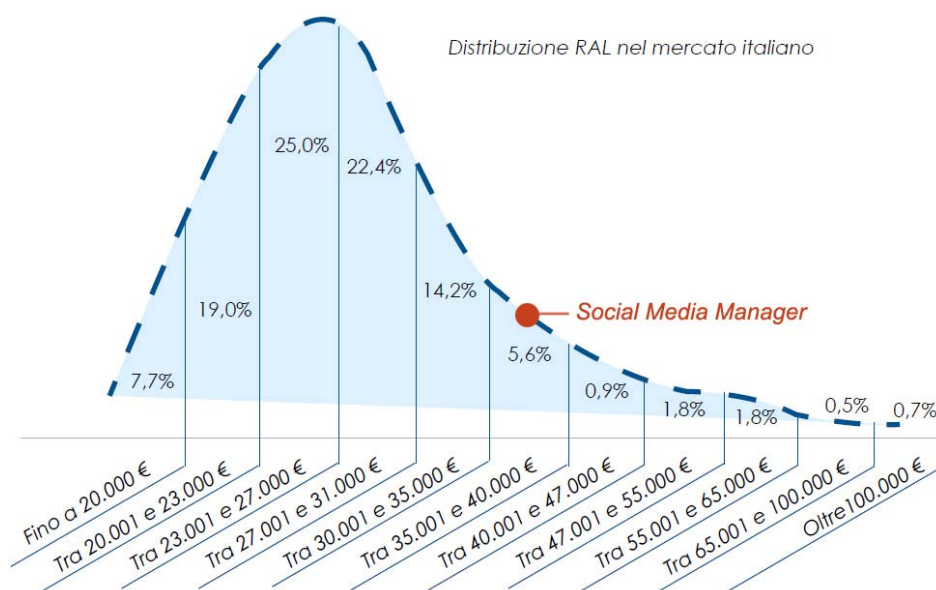
Dal punto di vista dell'inquadramento, il Social Media Manager, è una figura che viene inserita con la formula del tirocinio formativo quando si tratta di giovani alla prima esperienza di lavoro oppure in maniera stabile, in particolare nelle grandi aziende e nelle agenzie di new media, nei casi di

figure con una maggiore anzianità professionale. È piuttosto diffusa anche la formula del lavoro come consulente esterno, in particolare quando si tratta di affiancare imprese di medie dimensioni che non hanno ancora strutturato posizioni interne per questo ruolo.

JOB TITLE	JOB DESCRIPTION	RAL
SOCIAL MARKETING		
Responsabile Web Social Media Marketing	Gestisce, direttamente o tramite un gruppo di specialisti, tutte le attività di web social media marketing di un'impresa: studio dello scenario competitivo, definizione delle strategie di promozione online, implementazione di SEO, SEM ed email marketing, aggiornamento e indicizzazione del sito, community management, gestione dei social media, screening di posizionamento sul web, etc.	€ 38.855
Specialista Web Social Media Marketing	Cura in autonomia tutte le attività di web marketing di un'impresa: studio dello scenario competitivo, definizione delle strategie di promozione online, implementazione di SEO, SEM ed email marketing, aggiornamento e indicizzazione del sito, community management, gestione dei social media, screening di posizionamento sul web, etc.	€ 30.388
Social & Community Manager	Cura in autonomia tutte le attività di social media di un'impresa: gestione e moderazione degli account ufficiali (FB, twitter, youtube, etc.), sviluppo dei piani editoriali sui diversi social media, gestione della community e dei rapporti con key blogger e influencer, esecuzione di tracking e misurazioni, proposta di azioni per raggiungere gli obiettivi previsti, etc.	€ 30.646

Essendo una professione giovane, è difficile comunque trovare senior con elevata anzianità professionale e questo influisce anche sul mercato delle retribuzioni: quando viene dimostrata elevata esperienza, i *Social Media Manager* trovano impiego presso grandi imprese, ottenendo inquadramenti anche come quadri e retribuzioni intorno ai 50mila euro lordi all'anno. Nella maggior parte dei casi, tuttavia, l'inquadramento più diffuso è quello in qualità di impiegati, con retribuzioni che oscillano tra 23 e 30mila euro lorde all'anno.

La media retributiva di un *Social Media Manager*, secondo i più recenti dati di JobPricing, operatore che analizza i benchmark retributivi in Italia, è di 38.695 euro lordi all'anno. Un valore sopra i compensi medi di un impiegato, ma non ancora equiparabili a quelli di un quadro: questo dimostra la volontà del mercato di ricompensare la forza lavoro che offre questo tipo di competenze, anche se prevalentemente giovane, ma un'incertezza di fondo sul posizionamento esatto nel sistema d'impresa e il valore di questa figura. Dal punto di vista retributivo, a ogni modo percepisce compensi molto buoni in rapporto all'età e all'anzianità lavorativa in generale.



[Fonte: JobPricing, 2016]