



Lavoro e Diritti > Opportunità di Lavoro

# Book Calling #25: #Social Media Expert, di Chiara Landi e Francesco Colicci (video e recensione)

Antonella Coppotelli 18 Maggio 2021 - 19:00



La figura professionale del social media manager è tra i nuovi mestieri del nuovo millennio. Negli anni ha conosciuto una vera e propria trasformazione in fatto di competenze richieste e risultati tangibili richiesti tanto da definirlo, oggi, un vero e proprio expert.

Altri video

Visita il canale →

Nel 2004 non avremmo mai pensato che di lì a pochi anni sarebbero nate nuove professionalità tra cui quella del social media manager. A ben pensarci, neanche quando si sono affacciate su Facebook le prime pagine social, non è stata data immediata credibilità a tale mestiere. Appartengono alla memoria dei più i meme social in cui a mamme e nonne si tentava di spiegare quale fosse l'essenza di tale lavoro, frutto dell'economia digitale e quali difficoltà si dovessero affrontare quando si assurgeva al ruolo di portavoce in azienda verso una transizione social; con motivazioni e competenze più o meno reali. Eppure il fare rete e unirsi intorno a una comunità o a una passione è una pratica antica come l'uomo. I social network non hanno inventato nulla di nuovo se non la tecnologia che sottende al bisogno continuo dell'essere umano di comunicare e condividere.



## #Social media expert. Analizza, promuovi, monitora e ottimizza

Amazon.it: 20,00 €

COMPRA ORA

Fatto sta che il lavoro di social media manager, soprattutto all'inizio, non è stato preso sul serio e ha lasciato ampio spazio all'improvvisazione o, nella migliore delle ipotesi, è stato delegato a figure professionali più appassionate della novità piuttosto che volto a puntare su competenze e credere nella potenzialità del nuovo mezzo. Tuttavia dal 2010 a oggi, stando a quanto riporta [Linkedin](#), abbiamo assistito a **oltre il 1.360% delle postazioni lavorative connesse ai social media**. Una percentuale impressionante che al contempo ha disegnato un vero e reale comparto di mercato che in dieci anni ha visto l'evoluzione stessa di tale figura professionale verso competenze ed expertise sempre più definite. Un passaggio quasi obbligato per le aziende che vogliono avvicinarsi sempre di più verso il proprio target e una gara continua per attrarre l'attenzione dell'utente che sui social trascorre una media di oltre due ore e trenta al giorno (dati We are Social e Hootsuite) senza contare i picchi raggiunti nel 2020 e una competizione senza esclusione di colpi tra gli inserzionisti: solo Facebook ne conta oltre otto milioni al giorno per conto di aziende.

#social media expert

**#Social Media Expert** di **Chiara Landi** e **Francesco Colicci** edito da **FrancoAngeli** nasce con il duplice intento di rivolgersi da un lato a chi voglia approcciarsi a tale mestiere e dall'altro a un pubblico di skillati, come si dice in gergo, che può trovare nelle pagine dei due professionisti tutta una serie di consigli utili per migliorare l'approccio lavorativo, grazie anche alla testimonianza di vari esperti di settore che arricchiscono la narrazione.

## Il Social Media Expert

Stando alle premesse, quindi, l'evoluzione verso un'expertise più raffinata appartiene al naturale processo di crescita e di fruizione del mezzo social da parte di utenti e audience, determinando il cambiamento delle competenze richieste.

Quali sono, quindi, i maggiori fattori che oggi deve tenere in considerazione il **Social Media Expert**? In primis non possiamo non parlare di:

- **Target:** l'utenza stessa dei social network è cambiata nel corso del tempo dal momento che oggi è possibile raggiungere una fascia estremamente ampia di users e, di conseguenza, avere la possibilità di una segmentazione più mirata.
- **Multicanalità:** prendiamo spunto sempre dai dati forniti da We Are Social e Hootsuite attraverso i quali è possibile affermare che Facebook continua a essere il social più utilizzato con oltre 2.603 milioni di utenti attivi al mese. Accanto al gigante di Menlo Park, però, nel frattempo ne sono nati anche altri che si sono sedimentati nelle abitudini di fruizione degli utenti. Questo comporta non solo target differenti ma anche grammatiche diverse e una capacità di approccio e di ingaggio mirata e rispettosa della piattaforma di riferimento.
- **Capacità tecniche e advertising:** come scrivono gli autori il grado di technicality chiesto oggi ai professionisti di settore è estremamente aumentato non solo per il monitoraggio verso le piattaforme di terze parti ma anche per sapere meglio impostare le campagne di advertising che devono sempre tener conto del ROAS (Return of Advertising Spend) e del ROI (Return of Investment).

Chiaramente questo è solo una parte degli elementi che concorrono a determinare l'evoluzione di una professione che può regalare davvero grandi soddisfazioni; di tutto questo ne è testimonianza e prova il libro dei due autori.

#### ARGOMENTI

[# Libri](#)[# Social Network](#)[# Lavoro](#)[# Marketing](#)[# Book Calling](#)[# Amazon Affiliate](#)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Iscriviti alla newsletter

[Iscriviti subito →](#)

## Selezionati per te

### OPPORTUNITÀ DI LAVORO

Assunzioni Ferrovie dello Stato per 1.000 posti nel 2021: come candidarsi

### OPPORTUNITÀ DI LAVORO

Tirocini in Banca d'Italia 1.000 euro al mese: domande aperte fino al 2 aprile

## Correlato