

Gaetano Romeo

TROVA LAVORO CON IL WEB



Prefazione di *Benedetto Motisi*



COM'È CAMBIATO IL MERCATO DEL LAVORO E COSA DEVI FARE PER TROVARNE UNO OGGI



CAMBIARE CAPPELLO SIGNIFICA CAMBIARE IDEE,
AVERE UN'ALTRA VISIONE DEL MONDO.

C.G. Jung

Dario Flaccovio Editore

Gaetano Romeo

TROVA LAVORO CON IL WEB

Prefazione di *Benedetto Motisi*

GAETANO ROMEO
TROVA LAVORO CON IL WEB

ISBN 9788857906454

© 2017 by Dario Flaccovio Editore s.r.l.

siti: darioflaccovio.it

webintesta.it

blog: magazine.darioflaccovio.it

Prima edizione: febbraio 2017

Stampa: Tipografia Priulla, Palermo: febbraio 2017

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte. La fotocopiatura dei libri è un reato. Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

Ringraziamenti

Non mi sarei mai immaginato di dover scrivere un libro, ne ho letti molti durante i miei studi, durante il mio percorso professionale o semplicemente ho avuto il piacere di ammirare il lavoro di alcuni colleghi che già hanno scritto per Dario Flaccovio Editore, ma non avrei mai pensato che un giorno sarebbe arrivato anche il mio momento.

Scrivere un libro è un'avventura incredibile, un momento della vita nel quale tiri fuori tutto quello che hai dentro, sfidi te stesso in continuazione e raggiungi vette del tuo IO mai esplorate.

Per questo motivo, innanzitutto ci tengo a ringraziare la mia famiglia: mia moglie Leona che ha sempre creduto in me e che è in realtà la mia principale sostenitrice, mio figlio Leonardo e i miei genitori che hanno dato la vita per me.

Mio fratello, mia sorella e mio nipote Flavio ai quali, nonostante qualche incomprendimento, voglio un bene dell'anima.

Come non ringraziare Floriana Giambarresi e Marisa Dolcemascolo, ovvero le persone che hanno puntato su di me in maniera decisa.

Un ringraziamento particolare va anche a tutti i colleghi/amici che hanno avuto il piacere di seguirmi in questa splendida esperienza. Grazie a voi tutti, senza il vostro prezioso contributo questo libro avrebbe poco senso. Il vostro intervento è di fondamentale importanza poiché sono convinto che sia indispensabile mostrare diversi punti di vista a chi si avvicina al web, soprattutto in un periodo storico come questo, in cui chiunque pensa di poter dire la sua.

Un particolare ringraziamento al mio amico e conterraneo Benedetto Motisi che, con grande entusiasmo, ha accettato di scrivere la prefazione per me.

Ritengo che Benedetto sia l'esempio perfetto da seguire. Benedetto, come me, viene dal profondo sud, da solo ha lasciato la sua terra, ha fatto tanta gavetta e ha messo in pratica i molti suggerimenti che troverai nel mio libro, oggi possiamo considerare Benedetto una figura di spicco nel panorama italiano, nonché un professionista con la P maiuscola.

Grazie a tutto il mio team, il successo di una persona spesso dipende da coloro che la circondano e un grazie particolare a Marta Raimo che ha avuto la pazienza di rivedere le pagine che stai per leggere.

Infine, l'ultimo ringraziamento va a te che hai deciso di investire sulla tua persona. Nel momento in cui hai acquistato questo libro hai deciso di superare e sconfiggere quelle paure ataviche che attanagliano l'italiano medio.

Adesso è arrivato il momento di sfondare, spero che i miei consigli ti saranno utili per aver successo nel mondo del web!

Contributori



Benedetto Motisi

Prefazione > PAG 13

SEO e Copywriter, lo trovi in rete come SEOJedi. Si ritiene fortunato di poter lavorare per i motori di ricerca e le innovazioni che affronta dal punto di vista "umanistico". Autore del libro *Influencer Marketing*. seojedi.it



Erika De Bortoli

> PAG 22

Si occupa di progetti di comunicazione online, organizza eventi e corsi di formazione principalmente nei settori enogastronomico e sociale. Racconta prodotti, produttori, processi produttivi e business model. Cerca un approccio etico in tutto ciò che fa.



Eufemia Scannapieco

> PAG 27

Si occupa di comunicazione e strategia digitale nell'agenzia Piano. Cerca di aiutare le aziende e i professionisti a comunicare, pianificando le strategie e le azioni più utili per ognuno di loro.



Cora Francesca Sollo

> PAG 45

Realizza strategie digitali per raccontare la storia di ogni azienda. Si occupa di Social Media, Copywriting e Blogging. Creativa, vulcanica e colorata il suo posto nel mondo è il web e la sua filosofia è la comunicazione morbida.



Ivan Cutolo

> PAG 60

Si occupa di SEO e SEM per eCommerce, di formazione e consulenze. Partecipa come relatore a vari eventi, si diletta in cucina con la sua nuova video rubrica [#seointhekitchen](https://www.instagram.com/seointhekitchen). Nel 2012 nasce il blog Seochef.it, e la sua omonima azienda.



Domenico Puzone

> PAG 86

Consulente SEO e Web Marketing. Ha iniziato nel 2009, si occupa di creare strategie web, Link Building ed Affiliate Marketing. È tornato in Italia dopo un'esperienza in Spagna di oltre tre anni. domenicopuzone.com



Jacopo Matteuzzi

> PAG 114

Inbound Marketing Apologist, SEO e content, fondatore di Studio Samo. Docente di Studio Samo, tiene anche seminari presso strutture universitarie. Autore del libro *Inbound Marketing*. studiosamo.it



Riccardo Esposito

> PAG 118

Webwriter e blogger freelance. Ha iniziato a scrivere in un'agenzia stampa e ha continuato in una web agency. Autore dei libri *Fare blogging* ed *Etno Blogging per tribù digitali*. mysocialweb.it



Andrea Camolese

> PAG 141

Appassionato al mondo della SEO. Dopo varie esperienze da freelance e collaborazioni con agenzie da Milano a Roma, è approdato a RTL 102.5 dove ha ricoperto il ruolo di SEO Manager. Attualmente è il SEO Manager di Bepprime.



Ivano Di Biasi

> PAG 143

SEO Specialist e SEO Tools Developer. Fonda SEO Cube e lavora su grandi progetti nazionali e internazionali. Ha ideato SEOZoom, l'unico strumento di web marketing e SEO interamente made in Italy.



Salvatore Russo

> PAG 146

Responsabile Marketing di 6sicuro.it, Content Marketing Manager, Digital Marketing Strategist per importanti brand. Autore del libro *Scopri Google Plus e conquista il web*.
salvatore-russo.it



Valerio Novelli

> PAG 157

Lavora nel mondo della comunicazione digitale, fondatore di Monetizzando.com è lui che ne gestisce e cura i contenuti e il marketing. Si occupa di Performance Marketing, SEO, affiliazioni e Web Marketing.



Flavio Mazzanti

> PAG 165

SEO Specialist nutre un grande interesse per Google AdWords e Facebook ADV strumenti che lo accompagnano giornalmente nella sua attività. Collabora con Studio Samo e Dea Marketing, Cofondatore della web agency ExcogitoWeb con sede a Bologna.



Berta Pinna

> PAG 179

Social Media Manager freelancer, consulente e formatrice, collabora con agenzie di comunicazione e web agency dimensionalmente diverse. Studia la psicologia comportamentale di acquisto al prodotto e di utilizzo dei servizi da parte degli utenti online.



Leona Straha

> PAG 189

Mamma, moglie e food blogger, Leona è in realtà il direttore finanziario delle agenzie SEO Romeo e Digital laboratory, Grazie alla sua esperienza maturata in diversi mercati europei favorisce lo sviluppo internazionale delle sue aziende.

Indice

<i>Prefazione di Benedetto Motisi</i>	Pag.	13
1. Impara a conoscere il web	«	17
1.1. Perché questo libro?	«	17
1.2. Inizia a segmentare il web	«	18
1.3. Le professioni del web	«	18
1.4. Conclusioni	«	21
2. Il primo approccio è alla base di tutto	«	33
2.1. Ricorda: hai solo una cartuccia	«	33
2.2. La spavalda	«	35
2.3. Lo stalker	«	36
2.4. Quelli che si sopravvalutano	«	42
2.5. La email corretta	«	43
3. Il curriculum vitae	«	51
3.1. Formato europeo: sì o no?	«	51
3.2. Come compilare un curriculum sexy	«	51
3.2.1. <i>Dati personali</i>	«	52
3.2.2. <i>La fotografia</i>	«	52
3.2.3. <i>Esperienze professionali e percorso accademico</i>	«	53
3.2.4. <i>Come chiedere il curriculum</i>	«	54

3.3. Cosa non scrivere sul tuo CV	Pag.	55
3.4. Quanto deve essere lungo un CV?	«	55
3.5. Trucchi finali.....	«	56
3.5.1. Ricorda sempre il target	«	56
3.5.2. Motivare i periodi d'inattività	«	57
3.5.3. Andare dritti all'obiettivo	«	57
3.5.4. Essere sinceri.....	«	57
3.5.5. Inserire i riferimenti per essere ricontattati.....	«	58
3.5.6. Evitare l'invio di massa	«	58
3.5.7. Tenere lo storico delle candidature inviate	«	58
4. LinkedIn, quel social troppo sottovalutato	«	69
4.1. Impara a utilizzare lo strumento.....	«	69
4.2. LinkedIn non è Facebook.....	«	69
4.2.1. Come ottimizzare il tuo profilo e ottenere il massimo risultato	«	70
4.2.2. Dimmi come ti chiami e ti saprò dire.....	«	70
4.2.3. Ottimizza al meglio le headline	«	71
4.2.4. Una bella immagine vale più di mille parole	«	72
4.2.5. Ottimizza l'URL del tuo profilo.....	«	74
4.2.6. Come ottimizzare l'URL	«	76
4.2.7. Realizza un sommario accattivante del tuo profilo	«	76
4.2.8. Aggiungi la posizione corrente con una descrizione	«	77
4.2.9. Aggiungi tutte le tue esperienze lavorative.....	«	79
4.2.10. Non dimenticare mai i tuoi studi	«	79
4.2.11. Crea un numero minimo di connessioni.....	«	80
4.3. LinkedIn Pulse e il tuo personal brand.....	«	82
4.3.1. L'escamotage	«	82
4.3.2. Perché Pulse?.....	«	84
5. Il colloquio	«	89
5.1. Come gestire l'adrenalina da colloquio	«	89
5.1.1. Impara a conoscere il tuo interlocutore	«	89
5.2. Come vestirsi il giorno del colloquio?.....	«	90
5.3. Puntualità e atteggiamento	«	91
5.3.1. La sala d'attesa	«	92
5.4. Il colloquio	«	92
5.4.1. Entusiasmo e positività	«	93
5.4.2. I segnali non verbali.....	«	93
5.5. Come rispondere in un colloquio.....	«	94
5.6. Domande e risposte ad un colloquio	«	94

5.6.1. <i>Mi parli di lei e di cosa ha fatto</i>	Pag. 95
5.6.2. <i>Mi elenchi i suoi pregi e i suoi difetti</i>	« 95
5.6.3. <i>Come si vede tra 10 anni?</i>	« 96
5.6.4. <i>Quali sono i suoi hobby?</i>	« 97
5.6.5. <i>Mi descriva con quale criterio prende una decisione importante</i>	« 97
5.6.6. <i>Perché ha lasciato il suo ultimo posto di lavoro?</i>	« 98
5.6.7. <i>Come mai si è candidato per questo lavoro?</i>	« 99
5.6.8. <i>In che cosa pensa di essere migliore rispetto ad altri candidati?</i>	« 100
5.6.9. <i>Quanto guadagna adesso o quanto guadagnava col suo precedente impiego?</i>	« 100
5.7. <i>Quali domande porre in un colloquio</i>	« 101
5.7.1. <i>Posso chiedere quanto guadagnerò?</i>	« 101
5.8. <i>Cosa fare dopo il colloquio?</i>	« 102
5.8.1. <i>E se il colloquio va male?</i>	« 102
6. Diventa l'imprenditore di te stesso	« 103
6.1. <i>Sconfiggi le tue ataviche paure</i>	« 103
6.1.1. <i>Sperimentare, sbagliare e risbagliare</i>	« 104
6.1.2. <i>Apri un blog e sperimenta</i>	« 104
6.2. <i>La SEO</i>	« 105
6.2.1. <i>L'ottimizzazione on-page</i>	« 106
6.2.2. <i>L'attività off-site</i>	« 109
6.3. <i>Non sottovalutare l'aspetto sociale</i>	« 110
6.3.1. <i>Facebook non serve solo per chattare</i>	« 110
6.3.2. <i>Instagram non serve solo per i selfie</i>	« 111
6.3.3. <i>Conosci Pinterest?</i>	« 112
6.4. <i>Uo stage non ti farà mai male</i>	« 113
7. I cinque samurai del web	« 123
7.1. <i>Il SEO specialist</i>	« 123
7.2. <i>Il social media manager</i>	« 124
7.3. <i>Il community manager</i>	« 127
7.4. <i>Il digital strategist</i>	« 128
7.5. <i>Il web content editor</i>	« 129
7.6. <i>Conclusioni</i>	« 130
8. Dove trovare le offerte di lavoro?	« 131
8.1. <i>Il lavoro che c'è</i>	« 131
8.2. <i>Metti in pratica le tue conoscenze</i>	« 131
8.3. <i>Siti dedicati al lavoro</i>	« 136

8.4. Connessioni e networking	Pag. 138
8.5. C'è spazio anche per gli ultra quarantenni	« 139
8.5.1. Rimettiti in gioco e punta sulla formazione.....	« 140
8.5.2. Studia le possibilità che offre il mercato	« 140
8.5.3. Traduci le tue passioni in un lavoro.....	« 140
8.5.4. Fai networking e crea la tua rete.....	« 141
8.5.5. Dimentica il vecchio modo di lavorare.....	« 141
9. Gli strumenti per guadagnare online	« 151
9.1. Google AdSense	« 151
9.2. Affiliate marketing.....	« 152
9.2.1. Le affiliazioni di Amazon.....	« 153
9.2.2. Gli altri programmi di affiliazione.....	« 154
9.2.2.1. Zanox.....	« 154
9.2.2.2. Clickpoint.....	« 155
9.2.2.3. eBay	« 155
9.2.2.4. Al Verde.....	« 155
9.3. Altri modi per guadagnare.....	« 156
10. Curare la propria immagine sui social network.....	« 161
10.1. Il modo di fare recruitment è cambiato.....	« 161
10.2. Costruisci la tua immagine non in funzione degli altri	« 162
10.3. Non costruire un profilo da duro	« 163
10.4. Non apparire mai come l'invidioso di turno.....	« 163
10.5. Io io io io, ma basta!	« 164
10.6. Non usurpare lo spazio altrui	« 164
10.7. Mandare inviti a raffica.....	« 165
11. Conclusioni e bonus finale	« 173
11.1. Come ti vorrei	« 173
11.1.1. L'approccio.....	« 174
11.1.2. Presentami un bel CV.....	« 175
11.1.3. LinkedIn.....	« 176
11.1.4 Il Colloquio.....	« 178
11.2. Bonus.....	« 178
Conclusioni	« 187
Biografia.....	« 189
Iscrizione alla mailing list	« 191

Prefazione

Quando il “compare Tanuzzu” o, per i continentali, l’amico Gaetano, mi ha incaricato del grande onore – non senza onere – di scrivere la prefazione del suo primo libro, in realtà mi ha fatto un enorme regalo.

Sono queste occasioni che rappresentano delle vere e proprie medaglie al merito, soprattutto considerando l’argomento toccato dal nostro.

Il lavoro, uno dei pochi aspetti davvero importanti nella vita di un individuo. Spesso si sente dire che l’occupazione di una persona non la definisca in quanto tale, ma come non contestare quest’affermazione? L’attività svolta, fosse anche solo per la quantità di tempo che impiega nella quotidianità, contribuisce alla crescita e alla formazione delle persone. Ti voglio dare una *shocking news*: anche se una visione così olivettiana del lavoro è finanche romantica, in realtà con il Web tutto è cambiato.

Sia che tu stia cercando una nuova opportunità nel tuo campo (nota bene, comunque, il “tuo” quindi già qualcosa che definisce le tue preferenze ed esperienze) oppure che decida di lanciarti dall’altra parte della barricata, ovvero da addetto ai lavori digital. Un segmento del mercato che genera 2,5 miliardi di euro solo in Italia (fonte: Censis¹). Nel libro, noterai come Gaetano, da imprenditore web navigato, è stato molto abile a inserire consigli utili e strumenti operativi per permetterti di trovare lavoro attraverso il canale online oppure a fare di quest’ultimo la tua attività principale.

Ciò che ritengo importante sottolineare, e apro un po’ della posizione privilegiata della prefazione, sebbene l’autore ribadirà il concetto nelle pagine successive, è un aspetto fondamentale: l’approccio.

Il “mood” – abituati agli inglesismi, del resto il Web è un prodotto di scuola americana, molto più pratica di noi vecchi europei – dev’essere sempre proattivo, smart nella sua accezione positiva di “furbo” (e non in quella a cui siamo tristemente abituati) e orientato a... farsi un mazzo quanto una casa, permettimi un modo di dire più localizzato.

Internet non è l’Eldorado, l’Isola che non c’è o il Paese della Cuccagna. Non lo è stato nemmeno ai suoi albori, altrimenti oggi saremmo ricchi e nullafacenti come gli abitanti della Terra che rifugge Capitan Harlock. Le occasioni vi sono, certo, e anche molte ma – come sempre e a maggior ragione in questo caso – SOLO per chi è in grado di coglierle. Proprio per la sua natura accessibile, il Web dà voce a chiunque e per questo emergere è più difficile se non si ha una progettualità, un inizio, uno svolgimento e un obiettivo da cogliere alla fine.

¹ Censis: ecco di ‘Eet’, giovani che ce la fanno con servizi e web, adnkronos.com

Una narrazione molto umana che dà l'ultima picconata all'assioma con il quale ho aperto questa prefazione. Costruire il proprio personal brand, la propria identità digitale a scopo di trovare lavoro nel Web o di lavorarci non è qualcosa da prendere sottogamba. Tutt'altro, al punto che molti – e qui cogli la meravigliosa dinamica dell'online, fiutata la pista, la seguono in tanti – ne hanno fatto una professione a parte: coach, brand consultant e tutta una serie di titoli che, purtroppo come succede spesso, creano un'infinità di prodotti e sottoprodotti da discount.

La buona notizia è che il libro nelle tue mani è una primissima scelta e non uno scartino con un patchwork senz'anima stile Frankenstein.

Si tratta del distillato di esperienze di chi, come Gaetano, ha realmente costruito qualcosa online, facendo imprenditoria digitale a livelli difficilmente comparabili in Italia.

Porre l'accento sulla localizzazione è assai importante: come cambia la società, così cambia il mercato del lavoro nel digitale e per quanto sia interessante seguire il guru di turno dal nome esotico, ricordati sempre che nel cuore della vecchia Europa le cose funzionano in modo leggermente diverso e serve l'esperienza di chi conosce bene il terreno di battaglia.

Senza togliere che fra l'altro il buon autore ha esperienze rilevanti anche in altri paesi, plus importante per mixare realmente cosa funziona e cosa no nel nostro mercato del lavoro.

In conclusione, il mio piccolo consiglio è di trarre dalle pagine che seguiranno non solo le informazioni tecniche che, diciamoci la verità, sono quelle, ma soprattutto le modalità di approccio dell'autore agli strumenti presentati.

Tutti sappiamo tenere in mano una matita, ma pochi sono in grado di tratteggiare un ritratto da lasciare a bocca aperta e, no, non si tratta di talento ma di applicazione ed esercizio. Così come ci sarà la persona portata naturalmente a una certa brillantezza

e spigliatezza ma che può risultare egocentrica così ci sarà pure chi è magari più riservato ma riesce con precisione chirurgica a sfruttare al meglio le occasioni di visibilità offerte dal sogno anarco-capitalista realizzatosi, il posto ideale di scambio fra domanda e offerta, il Web.

Non mi resta che augurarti buona lettura e in bocca al lupo per la tua avventura lavorativa!

Benedetto Motisi

1. Impara a conoscere il web

1.1. Perché questo libro?

Sono sicuro che molti degli addetti ai lavori, quando vedranno il mio nome sulla copertina, penseranno a un libro sulla SEO. Invece no! Di libri sulla SEO, ormai, ce ne sono moltissimi, sicuramente alcuni si rivelano migliori rispetto ad altri, ma non è l'argomento che mi interessa trattare in questa sede.

Se è pur vero che amo la SEO e che mi definisco un SEO di professione, da quasi sei anni sono diventato un imprenditore del web e (ahimè!) ne vedo di cotte e di crude. Ho come l'impressione che i ragazzi, le nuove leve, si avvicinino al digital semplicemente perché hanno sentito che "lì girano i soldi" oppure che "è facile trovare lavoro" o, peggio ancora, che "l'internet è il futuro".

Sebbene non creda che queste convinzioni siano del tutto errate, la mia esperienza mi ha portato a pensare che, per molti giovani, il web sia diventato una sorta di nuovo call center, quindi, il loro

pensiero è “ho finito con l’università: che faccio adesso? Facile, cerco lavoro nel web.”

In questo libro mi piacerebbe dare qualche piccola dritta ai ragazzi che intendono affacciarsi a questo settore, ma non sanno ancora come comportarsi e come approcciarsi al meglio.

1.2. Inizia a segmentare il web

Ogni giorno, mi arrivano email di questo tipo: “Gentile xxxxx sono una persona dinamica e volenterosa, mi piacerebbe lavorare nel web...”

Ecco, questo è proprio l’approccio che, solitamente, noi che nel digital abbiamo investito tempo, sudore e denaro non sopportiamo. La prima cosa che devi sapere è che nel web esistono diverse professioni. Ti faccio una domanda: andresti mai da un meccanico a chiedere di lavorare nella sua officina anche se, in realtà, non sai nemmeno cosa sia una candela? O, peggio ancora, ignorando la differenza tra un meccanico e un elettrauto?

Probabilmente la tua risposta sarà “no”, quindi, perché credi che nel digital sia tutto così facile? Iniziare a conoscere le varie professioni del web ti sarà utile per comprendere cosa vuoi fare realmente da grande e, soprattutto, ti aiuterà a non fare innervosire il tuo interlocutore quando ti proporrai alla sua agenzia.

1.3. Le professioni del web

Abbiamo stabilito che non esiste un unico e generico “lavoro nel web”, bensì diverse professioni che cercherò di elencarti distintamente, così, in base alle tue attitudini, capirai qual è il lavoro più adatto per te.

FRONT END DEVELOPER

Più conosciuto come sviluppatore. Partiamo da questa figura

perché senza questo nostro eroe, a volte un po' burbero e spesso poco collaborativo, non si potrebbe parlare di web. In un'ipotetica piramide alimentare, i front end developer starebbero in cima. A loro, l'ingrato compito di sviluppare i famosi "siti internet". Il front end web developer assicura la realizzazione e l'implementazione di interfacce web based spesso seguendo logiche e istruzioni dettate dal cliente.

BACK END DEVELOPER

Ovviamente, noi che lavoriamo nel digital non ci facciamo mancare nulla, infatti abbiamo due differenti tipologie di sviluppatori. I termini front end e back end (anche scritti, con grafia meno corretta ma più comune, frontend o front-end e backend o back-end) denotano, rispettivamente, la parte visibile all'utente con cui egli può interagire (user interface) e la parte che permette l'effettivo funzionamento di queste interazioni.

SEO (ACRONIMO DI SERCH ENGINE OPTIMIZATION)

Meglio conosciuti come gli "ottimizzatori", sono coloro che ottimizzano i siti internet per renderli appetibili ai motori di ricerca. La SEO si divide in due macro aree, SEO on-site e SEO off-site (link building), ecco perché esistono professionisti che si sono specializzati solamente in una determinata area, mentre alcuni possiamo definirli, più in generale, dei link builder.

SMM

Acronimo di social media manager, si occupa per conto di un cliente di gestire la brand reputation, di accrescere la brand awareness, di stilare piani editoriali, di creare e ottimizzare campagne pubblicitarie a pagamento sui diversi social network. Attenzione: saper chattare non costituisce un elemento fondamentale per fare carriera in questo settore!

ADWORDS SPECIALIST

Li possiamo definire come una sorta di cugini-nemici dei SEO, con

i quali è in corso un'atavica diatriba. Si occupano di ottimizzare le campagne a pagamento di Google per un cliente.

WEB ACCOUNT MANAGER

Il destino vuole che la maggior parte dei professionisti appena descritti siano degli orsi, quindi, molto spesso, fanno fatica a comunicare con i clienti, soprattutto con quei clienti che hanno poca dimestichezza con la materia. Diciamo che il web account manager è un ottimo mediatore/intermediario che si prende la briga di relazionarsi con il cliente per conto dei colleghi tecnici, poco propensi ai rapporti umani.

TRAFFICKER

Non farti spaventare dal nome, te lo assicuro è un lavoro del tutto legale. Il trafficker è un professionista in grado di generare traffico verso un sito web ad esempio tramite campagne pubblicitarie mirate.

WEB CONTENT SPECIALIST - COPYWRITER

O meglio gli odierni scribi, una sorta di super eroi che, grazie alla loro onniscienza e alla capacità di scrittura, riescono a creare contenuti di qualità per il cliente.

WEB DESIGNER

È l'artista della situazione, colui che rende gradevole il lavoro dello sviluppatore. Colui che rende il sito "sexy" (nella migliore delle ipotesi).

USER EXPERIENCE DESIGNER

Ovviamente, noi professionisti del web non potevamo accontentarci solo del web designer, quindi abbiamo inventato una figura mitologica, lo UX designer, che ottimizza il lavoro del design in ottica utente, ovvero cerca di renderlo più facile da utilizzare per chi naviga sul sito.

DIGITAL STRATEGIST - WEB MARKETING MANAGER

Questa figura è a cavallo tra il mito e la leggenda, hai presente tutte le figure fin qui elencate? Ecco, questo eroe post moderno le coordina tutte e sceglie la strategia migliore.

E-COMMERCE MANAGER

Con il proliferare di portali atti alla vendita, gli e-commerce hanno bisogno di una figura specializzata che conosca a menadito la piattaforma, i prodotti, il pricing, le dinamiche SEO, social, AdWords, insomma una figura capace di poter dialogare con l'agenzia di web marketing.

1.4. Conclusioni

Spero che questo primo preambolo ti sia servito per farti un'idea sommaria di quante professioni si possono svolgere nel digital. Il mio suggerimento è quello di iniziare a capire quale strada vuoi intraprendere e, soprattutto, quale può essere il profilo che ti si addice di più, in quanto ci sono molte differenze. Per esempio, il SEO specialist fa cose totalmente diverse rispetto a un social media manager, così come il lavoro di un front end developer differisce da quello di un back end developer.

Quindi, trova la tua direzione e inizia a studiare. Adesso che hai chiaro quali sono i principali profili digital e le mansioni che potresti svolgere, inizia a fare una cernita, comincia a seguire (sui canali social) professionisti affermati, ma attenzione, segui solo chi ha comprovata esperienza nel settore in quanto essere popolari sui social network non per forza è garanzia di professionalità e competenza.

La prima vera selezione inizia da lì: scegli un modello d'ispirazione, ma non prendere per oro colato ogni sua affermazione (le mie comprese). Sperimenta e testa tutto sul campo, non avere paura del confronto con chi ha più esperienza di te, fornisci

sempre la tua opinione e ascolta mostrando massimo rispetto e umiltà, sii sempre pronto a portare avanti la tua tesi qualora fossi sicuro di ciò che dici e dei risultati raggiunti.



Erika De Bortoli

COME NON TROVARE LAVORO NEL WEB

Su gentile richiesta di Gaetano cerco di essere utile, a te caro lettore, sulla base della mia opinabile esperienza. In teoria dovrei aiutarti a capire come si possa trovare un lavoro che abbia a che vedere col web. Credo dunque che sia di tale tipi di lavori e di conseguenza di tale parte della mia esperienza professionale che io debba parlarti.

Non so dirti cosa fare per lavorare grazie al web. So dirti però cosa NON FARE se NON vuoi trovare un lavoro che abbia a che vedere col web. Evita di aprire un blog, evita di leggere blog, evita di aprire account social e di trascorrerci parecchie ore al giorno, almeno per i primi sei mesi. Evita di imparare la lingua inglese, di aprire un profilo LinkedIn, di imparare programmi di grafica. Visto che in futuro programmatori e data scientist saranno sempre più richiesti evita di imparare a programmare, di studiare matematica o statistica e di imparare ad analizzare dati. Dopotutto ci sono cose molto più divertenti e sane da fare, no? Evita di essere curioso, di studiare a più non posso. Datti all'ingegneria, come ti dicono i tuoi. Anche le professioni mediche saranno piuttosto richieste. Anche a quelle fai un pensiero, se l'ingegneria – e il web – non fa per te.

Che tipo di lavori ti sto evitando di fare: il blogger, il consulente di comunicazione digitale, il giornalista di settore, il formatore... limitandomi a quelli che ho fatto io per intenderci. Ti interessa come sono arrivata a svolgere questi ruoli? Ne sei sicuro? Ma tu non eri quello che voleva NON trovare lavoro nel campo del web? Hai tempo da perdere? Ah ok, allora visto che uno dei miei ambiti di competenza nello specifico è lo storytelling ti racconto una storia. O più di una. Vediamo... Un vero narratore non sa mai dove andrà a finire, sono le storie a condurlo, a prendere il sopravvento.

Dicevamo. Tutto ha avuto inizio con un Sogno o se vogliamo, più didascalicamente,

con la mia voglia di realizzarmi. Lavorando per altri mi sono spesso vista impossibilitata a crescere. Crescere in ruolo, retribuzione o competenze. Di questo ho sofferto. Dal momento che credo che lamentarsi non abbia senso se poi non si reagisce, ecco come ho tentato di reagire: facendo da me. Ho partecipato a un concorso per un bando che metteva a disposizione gratuitamente uno spazio di coworking, che era anche un pre-incubatore. La differenza? In un coworking, come suggerisce il termine, si lavora insieme. In un incubatore o pre-incubatore qualcuno ti aiuta a imparare a fare impresa. Mi fermo qui per non uscire dalla linea narrativa iniziale. Per farla breve ottenni un posto in quel pre-incubatore (OnSpace di Padova). Prima e durante non smisi di studiare e seguire corsi, arrivando col tempo a individuare alcuni docenti che ritenevo validi.

Spazio più docenti si tradusse, per me, in corsi di formazione. Nello specifico, organizzazione di corsi di formazione per giornalisti. Lo stesso anno, infatti, ero diventata giornalista e mi accorgevo di quanto poco i miei colleghi usassero il web. Si parla del 2012, quasi un lustro fa, ere digitali fa...

Nel frattempo aprii un blog enogastronomico su suggerimento di un amico che non finirò di ringraziare (Fabio Malamocco). O maledire? Grazie a quel blog ricevetti un invito a un evento di settore nel vicentino. A quell'evento era presente Mauro Pasquali, presidente di Slow Food Veneto. Mi venne incontro e mi salutò con simpatia. Io non lo avevo riconosciuto (se mi legge mi voglia perdonare). Lui invece aveva riconosciuto me. Che vergogna... Ma questo è il web. Il suo riconoscermi fu provvidenziale: accanto a me (altrettanto sconosciuto per me all'epoca) sedeva Aldo Lorenzoni, direttore del Consorzio Tutela.

Vini Soave (se mi legge, mi perdoni anche lui). Grazie a quest'ultimo ottenni un ingaggio come social media manager, o qualcosa di simile, per il Vinitaly di quell'anno. Questo mi diede altre opportunità. Avevo compiuto "l'errore" di aprire un blog insomma (come nel Piccolo Principe «*Ho compiuto un gesto irreparabile, ho creato un legame*») e il destino decise di tenerne conto. Da lì venni invitata ad altri eventi. Questo mi permise di mettere in pratica alcune nozioni apprese leggendo numerosi post in lingua inglese.

Se dunque NON vuoi lavorare nel web non partecipare a bandi, non aprire blog come dicevamo più sopra, non seguire corsi di formazione e men che meno organizzane.

Torniamo alla mia storia. Quando mi ritenni in grado di farlo, smisi di chiedere ad altri di insegnare e ci provai io. Mi feci coraggio e iniziai a scrivere a tutti gli enti di formazione che mi venivano in mente, o che trovavo nel web – si paga di con-

trappasso... – da enti privati ad associazioni di categoria, di tutto il Veneto. Semplicemente predispono il curriculum vitae, un possibile programma e invio entrambi. In tutte le cose ciò che conta è creare un precedente, poter dire di aver già fatto qualcosa. Se non volete fare qualcosa non iniziate a farlo... Potrebbero chiedervi di farlo ancora!

A che punto siamo? Ah sì, blogger e social media manager e formatrice su per giù.

Il capitolo consulenze non ricordo bene come sia iniziato. So che mi candidavo per posizioni nel settore e a volte mi chiamavano. Il mio obiettivo era quello di convertire un'assunzione in una consulenza perché volevo restare "libera" e gestire autonomamente il mio tempo (questo, in tutta onestà, da molte aziende non è visto con favore). Ho poi scoperto che fare il libero professionista non vuol dire avere tempo libero, ma gestire più liberamente il tempo. Una differenza non da poco.

Nel frattempo mi è tornata la memoria. I primi mesi di studio matto e disperatissimo li ho passati spesso presso l'Osteria Palaplip di Mestre, non distante da dove vivevo all'epoca, nel 2012 (di città ne ho cambiate un po' nel frattempo). Qualcuno si incuriosì. Conversando ottenni così il mio primo incarico: l'analisi di un sito web. Ecco un altro "precedente". La strada delle web analysis era aperta.

Non ho raccontato come sono diventata giornalista. Era il 2009, fine 2009. Vivevo a Cremona. Avevo scritto in passato poesie, articoli, racconti. In modo disordinato. Avevo anche pubblicato e vinto qualcosa. Avevo infine seguito corsi di scrittura creativa, giornalistica, per il business e per il web. Una parte di me aveva sempre scritto, un'altra desiderava continuare a farlo. Mi presentai così all'allora direttore del quotidiano "La Cronaca" di Cremona: Mario Sila, oggi direttore responsabile del quotidiano online Cremona Oggi, una carissima persona. Gli dissi senza mezzi termini che volevo diventare giornalista pubblicista. Per farlo era necessario scrivere cinque articoli pubblicati e retribuiti al mese per un paio d'anni. Il supporto di una redazione era indispensabile. Sila mi rispose che per lui una persona con degli obiettivi era meglio di una che non ne ha. Un obiettivo pratico mi avrebbe motivata a impegnarmi per un paio d'anni. Non finirò di ringraziarlo. Questa, come altre esperienze, mi hanno insegnato che se vuoi qualcosa, molto spesso devi semplicemente o quanto meno chiederlo.

Lo feci anche una volta approdata a Venezia, con Corriere Veneto. Tornai a chiederlo più volte. Alla quarta mi lasciarono provare ed ebbi modo di scrivere per loro per circa un anno. Presentai così tutta la documentazione necessaria all'Ordine dei giornalisti della Lombardia, avendo scritto per lo più lì. Mi dissero che avrei dovuto ripresentare tutto a quello veneto essendo io residente lì. Fotocopie, firme

e viaggi a Milano per nulla. Poco male, i viaggi superflui spero di evitarli a te che leggi, se ti capiterà. So anche di aver poi frequentato un minicorso a Venezia, organizzato dall'Ordine dei giornalisti e di aver sostenuto un colloquio su storia del giornalismo e deontologia, ma è un ricordo nebuloso. Se vuoi fare il giornalista informati su quanto è accaduto nel frattempo... Ora poi, come per altri ordini professionali, è necessario continuare ad aggiornarsi, maturando una ventina di crediti all'anno.

L'esperienza con i due quotidiani e, a distanza di tempo, il live-tweeting compulsivo ad alcuni eventi mi hanno portata a collaborare con Corriere Innovazione. La sola porzione cartacea della storia non sarebbe stata sufficiente a garantirmi una certa visibilità. Quella visibilità tale per cui poi magari qualcuno ti chiede di fare qualcosa.

Se non ti sei addormentato sul divano e sei ancora qui a leggermi innanzitutto grazie.

Per tornare ai tuoi obiettivi. Se non vuoi lavorare nel web, non scrivere un solo articolo in vita tua, non usare Twitter, non andare a importunare bravi giornalisti che fanno il loro mestiere con passione per pochi euro a pezzo.

Il live tweeting. Che cos'è? Raccontare eventi in real time. È un'arte. La pratica del web che tuttora mi diverte di più. Per questo tremo all'idea che Twitter fallisca. Devi monitorare il web prima di un evento, capire che hashtag e account saranno protagonisti, dotarti di pc, prolunghe, uno smartphone e una compatta digitale, imparare a sintetizzare concetti e a scrivere alla velocità della luce. La pratica di riconoscere notizie e informazioni rilevanti da uno sfondo amorfo – pratica giornalistica – ti sarà di aiuto.

Una delle strategie che mi ha consentito col tempo di diventare una professionista è stato il cambio lavoro. Io faccio qualcosa per te, tu per me. Tu mi metti in piedi un sito, io ti scrivo i testi. Tu mi metti in piedi un sito, io traduco. E via così: logica win win. Cosa che vale anche quando – dopo un po' – sei “cresciuto”. Meglio collaborare con altri, meglio pensare che insieme faremo due passi avanti laddove da soli ne avremo fatto uno solo o che insieme faremo almeno un passo laddove da soli ci saremo limitati alla nostra disponibilità di soldi, tempo, creatività ed energia. Volevo lavorare col web? Non direi. Non era questo l'obiettivo in sé. Volevo scrivere e dunque mi chiesi quali professioni avrei potuto fare grazie alla scrittura. Volevo e voglio tuttora realizzare il mio Sogno, volevo e voglio tuttora poter gestire il mio tempo in autonomia. La cosa che adoro di più è leggere e studiare. Quando

ti occupi di web questo è garantito. Non solo tutto si aggiorna, ma nascono cose nuove, sempre più avanti di te. Il risultato del desiderio di realizzare un mio personalissimo e segretissimo Sogno (“un essere, non un avere” come spiego a chi me lo chiede) è un insieme di professionalità (giornalista, consulente, formatrice, blogger) che svolgo con fatica o divertimento, a seconda dei casi. Fatica per lo studio incessante, per i progetti che a volte si spengono poco dopo essersi accesi, per le tue aree di debolezza e dunque miglioramento. Divertimento perché ci sono alcuni ruoli, luoghi, contesti, progetti, persone e momenti del web che sono indubbiamente molto piacevoli.

Il mio Sogno? Ah no, quello non lo dico a nessuno. Sto torturando il web con questo Sogno da qualche anno, non sarai certo tu lettore o non sarà questo libro a estorcermi il mio segreto. A tempo debito. Stay tuned, come si dice nel settore.

Per riassumere: se NON vuoi lavorare nel web, non creare in alcun modo precedenti. Non crearti precedenti for free, ovvero a spese tue e pro-bono. Non accettare incarichi da poco pur di creare un precedente. Ancora: non collaborare con altri, non pensare a progetti comuni, non offrire servizi gratuiti in cambio di altri servizi gratuiti. Fa da te, aspetta che tutto capiti da sé, aspetta che il lavoro te lo diano. Vai tranquillo: così facendo non troverai lavoro con o nel web e probabilmente non troverai proprio un lavoro.

Essere eclettici, morbidi, svegli ed elastici? Studiare di tutto, disporre di un profilo ibrido, ma molto skillato su più fronti? Ecco un altro modo per NON lavorare col web. Fossilizzati solo su di una skill e vedrai che riuscirai a non prendere nemmeno un incarico. Per lo meno incarichi di carattere creativo, organizzativo e gestionale. Quelli che chiamano project management e affini. Oppure al contrario NON specializzarti su qualcosa, resta vago, più vago che puoi, senza obiettivi, senza strategie, senza chiarezza di intenti. Se saprai poco e di tutto vedrai che anche così riuscirai a scansare un lavoro o il lavoro in toto. Se sei ancora qui e NON vuoi trovare lavoro nel web hai avuto fin troppa pazienza. Se invece hai cambiato idea sei un osso duro o una testa calda. Che dirti: balla coi lupi.

Se infine hai bisogno di consigli chiedili a Gaetano o scorri questo libro avanti e indietro. A parte in queste ultime due/tre pagine troverai numerosi consigli utili. A trovare o a NON trovare un lavoro che abbia a che vedere col web, a tua discrezione.

Gaetano mi chiedeva di parlarti dei corsi di formazione. Allora torno su questo. Di enti ce ne sono molti. Per trovarli faccio ricerche su Google o studio il profilo di altri formatori. Gli enti per cui lavorano loro sono enti a cui posso propormi

anch'io. A maggior ragione se questi colleghi si occupano d'altro. Visto che loro fanno altro, ovvero altro è già insegnato da altri, il loro ente potrebbe cercare figure come la mia. Chissà se sono riuscita a spiegarmi... Il passaparola funziona meno, non funziona tra enti. Funziona tra colleghi. La prima collaborazione con un ente è sempre un test reciproco. Inizialmente ho accettato più collaborazioni possibili. Ora sono selettiva sull'ente, sul compenso e soprattutto sulle tempistiche di pagamento.

Fare i formatori richiede uno studio continuo, per gli aggiornamenti del nostro settore, ma anche per personalizzare i programmi su settori merceologici specifici o sul pubblico. Insegnare richiede capacità di sintesi, capacità espositive, gentilezza, energia (quando si insegna più giorni diversi lo stesso corso in città diverse – fino a che la voce ti manca o la tua stessa voce ti viene a noia, quando si insegna la sera o 8 ore di fila da soli). Ci si deve poi adeguare al mercato. Certi corsi dopo un po' possono essere poco richiesti, la concorrenza può crescere. Ci si deve differenziare. Seguire i trend emergenti aiuta ad aggiustare il tiro. Su questo ci vuole anche intuito. Quanto alle aziende, a volte mi propongo anche a loro, per corsi interni. Più spesso però le richieste mi arrivano via LinkedIn. O emergono a seguito di incontri casuali.

Direi che ora, se NON vuoi lavorare nel campo del web, sai come fare. E in fondo anche se, invece, lo vuoi davvero.



Eufemia Scannapieco

UN PO' AMMINISTRATORE DI CONDOMINIO, UN PO' ANIMATORE TURISTICO E UN PO' YOGIN: IL COMMUNITY MANAGER ASCOLTA, PROPONE ED ENFATIZZA

Sono le 20:30. È la vigilia di Natale. Gioia, luci colorate, brindisi e attimi di spensieratezza. Sono a tavola in procinto di addentare una buonissima forchettata di spaghetti con le vongole. Il piatto è succulento, è proprio lì davanti a me, fumante e profumato. Tutti i miei numerosi parenti sono immersi in un catartico silenzio. Per noi campani, gli "spaghetti a vongole" a Natale sono una tradizione, una sacralità. Tra rumori di forchette battenti sui piatti e versi di bontà, un trillo: una notifica del mio smartphone. Non posso ignorare: se è quel suono, vuol dire che la community mi sta chiamando. E devo monitorare!

Poso la forchetta, guardo il cellulare e scopro il testo della notifica, lentamente, come se stessi giocando a carte. È lui, il mio "amico" cliente, che in un ennesimo simpatico commento sta accusando, sui social, l'importante e conosciuta azienda dove lavoro e tutto il team che ne fa parte di essere "truffatori, senza cuore" perché non ha ricevuto quell'ordine effettuato 10 giorni prima, che era il regalo di Natale per suo figlio. Fra le sue parole, amorevoli "auguri" estesi a un team molto allargato: le minacce e le bestemmie arrivano ai nostri progenitori!

Leggo e sospiro. Ci sono abituata. È da sei mesi che si verificano situazioni del genere.

Termino di masticare l'ultimo boccone saporito. Ormai il profumo degli spaghetti è scomparso. Mi scuso con tutti i miei parenti (che in quel momento pensano "Sta sempre con un cellulare in mano. Quando inizierà a fare un lavoro serio e a mettere su famiglia?") e, con molta tranquillità, mi armo della corazza da guerriera-paladina di cose che non sempre condivido per etica, e affronto "il problema."

Inizio a digitare: "Gentile sig. XXX...". La velocità della battitura sulla tastiera aumenta e continuo "Siamo consapevoli di aver provocato un danno irreparabile per suo figlio... che scoprirà che anche Babbo Natale a Natale non lavora più e magari prende la disoccupazione (compenso sicuramente più alto del mio rimborso spese) ma io stavo mangiando 'e spaghetti 'a vongol fresche. In pace, il 24 dicembre. E freddi fanno schifo! Si rende conto signore?").

Nooo! Mi blocco io e le mie dita sulla tastiera dello smartphone. Mi resetto. Non posso rispondere così! Caaaalmati.

Riproviamo, senza dare troppo sfogo alla mia stanchezza di un fine d'anno lavorativo da quasi-stagista. Di un fine d'anno da venticinquenne piena di problemi esistenziali. Quella venticinquenne che non sa che sicurezza potrà darle questo mondo digitale.

Lavoratrice perennemente a tempo determinato. Con le paure indeterminate. Respiro. E sospiro. Ritorno in me e riacquisto la lucidità. Con difficoltà. Perché fra il buon vinello paesano e il troppo glucosio ingurgitato con struffoli e susamielli, in questo periodo la fermezza un po' scompare.

Respiro e riformulo una risposta professionale, gentile e customizzata.

Penso (con la vocina del mio team leader nella testa):

- ♦ **non troppo istituzionale:** sui social non puoi rispondere come se stessi scrivendo un comunicato stampa o un telegramma
- ♦ **non troppo personale:** è pur sempre un cliente (incazzato e nervoso, fra l'altro) che ti sta contattando e tu non puoi rispondere come se scrivessi a tua cugina ma devi rispettare la netiquette, attenendoti alle linee guida che il management aziendale ti ha chiesto (leggi: imposto) di rispettare
- ♦ **non in maniera troppo approssimativa:** è vero che è Natale e tutti sono nel periodo della bontà. E pur sperando di fare leva sul perdono caritatevole di una persona che in quel momento ti odia – in quanto **contatto diretto dell'azienda** – a morte, devi dare un'informazione o un aggiornamento dettagliato, attenendoti al piano che DEVI aver previsto per far fronte agli imprevisti e alle casistiche ormai conosciute (se gestisci la comunicazione di un e-commerce, il ritardo nelle consegne natalizie è praticamente una tradizione come il panettone o gli struffoli. Preparati al peggio!). E quindi procedo. Procedo nel gestire il commento.

I commenti. E il messaggio. E le mille notifiche. Sperando che il cliente magari ricordi che è Natale (anche per me, ultima ruota del carro nell'azienda) e trovi un altro soggetto su cui sfogare la rabbia. Tipo l'amante del partner, verso cui, probabilmente, è più incazzato rispetto al corriere e all'azienda che non hanno consegnato il regalo per quel bambino da "accontentare", con un videogioco piuttosto che con un abbraccio o un "perdonami".

Mah, ognuno ha i suoi problemi, i suoi pensieri.

Devo riflettere su tutti gli aspetti per gestire queste accuse. E sperare di non turbare chi ha lasciato quel commento, difendendo al meglio quell'azienda che rappresento e per cui ogni giorno "combatto". Amo troppo questo lavoro. E anche se mi metto nei panni del cliente e credo che abbia ragione, devo rispondere seguendo la linea imposta dal mio super capo, che in quest'istante, mentre io chatto con il cliente, starà mangiando tranquillamente il panettone. Eppure lo ringrazio per la possibilità di crescita professionale e gli auguro Buon Natale!

Non trovo modo migliore per poterti spiegare cosa potrebbe capitare ad un **community manager**, se non raccontando un episodio realmente accaduto ad un community manager.

Sì, ho usato qualche licenza poetica nel racconto (per evitare denunce :D) ma tutto ciò è realmente accaduto. E accadrà ancora, molto probabilmente.

Una social crisis, di sera, a Natale è solo una delle mille situazioni che questo

mestiere può riservare. Può capitare anche di peggio. Ma anche molto di meglio, eh!: spesso “vivendo” e partecipando alla vita delle community, ti trovi ad interiorizzarne le emozioni e a gioire di traguardi che ti eri prefisso di raggiungere. È un lavoro dinamico, travolgente, difficile ma che non annoia mai! E ti arricchisce moltissimo, lavorativamente e umanamente.

Ma chi gestisce le community (grandi o piccole che siano) sa (o deve capirlo) che esistono **regole** ben precise: non c'è un “cartellino aziendale da timbrare”. Sa che la community che si crea attorno al brand è sempre sveglia, attiva. E deve essere preparato, pronto a gestirla. A parteciparla sempre. E nella maniera corretta (io lo faccio sempre con #happytudine).

Il community manager non è una professione sempliciotta. È un mestiere che richiede preparazione, capacità ma soprattutto una **predisposizione caratteriale**.

Non può esserci improvvisazione. Non può essere un ripiego. Si nota con immediatezza se lo è: in una risposta non a tono; in un messaggio volutamente ignorato; in una mancanza di stimoli per la partecipazione alla vita della community stessa. Non si può barare, jamm' belli!

Per essere e sentirsi community manager, bisogna avere delle vere e proprie doti:

- ♦ *pazienza*
- ♦ *empatia*
- ♦ *capacità di scrittura*
- ♦ *capacità di ascolto*
- ♦ *organizzazione*
- ♦ *flessibilità*
- ♦ *lucidità*
- ♦ *dedizione*
- ♦ *partecipazione*
- ♦ *creatività.*

Troppo complicato? No, tranquillo! Queste sono le peculiarità che il mestiere ti richiede e ti insegna nel tempo. Con lo studio, l'osservazione, l'esercitazione e la pratica (leggi: GAVETTA!).

In pratica, il community manager è un po' amministratore di condominio, un po'

animatore turistico e un po' yogin perché ascolta e modera, inventa e stimola, partecipa e enfatizza. Questa è la mia definizione un po' rivisitata e partecipata, ma ti lascio con la definizione più autorevole del maestro **Seth Godin**:

«Il community manager è qualcuno che pensa al di fuori dei confini di una cornice prestabilita e non si accontenta di seguire delle regole, ma piuttosto ascolta, inventa e ispira».

2. Il primo approccio è alla base di tutto

2.1. Ricorda: hai solo una cartuccia

Il titolo con il quale apro il secondo capitolo di questo libro sembra quasi un inno al film “Mezzogiorno di fuoco” ma, scherzi a parte, la metafora non è poi così campata in aria.

Ti sei mai chiesto quante email riceve, ogni giorno, l'amministratore delegato di un'agenzia digital? Ti sei mai domandato per quale motivo, tra proposte di preventivi, lamentele dei clienti, richieste dei dipendenti e rogne amministrative, dovrebbe prendere in considerazione proprio la tua anonima email?

Iniziamo subito con le email che vengono scartate immediatamente: ti presento una email di candidatura spontanea, realmente arrivata nella mia casella di posta:

Buongiorno,

mi chiamo xxx, sono laureato in Marketing Comunicazione Aziendale e Mercati Globali presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca.

WEB IN TESTA



Acquistalo qui