

SOCIAL MEDIA MANAGER

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Lombardia

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale

Tabelle di equivalenza AdA

| | |
|---|------------|
| Tecnico della pubblicità | Basilicata |
| Tecnico delle industrie culturali e creative | Basilicata |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali | Campania |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI | Lombardia |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | Lombardia |
| Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali | Puglia |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Toscana |
| Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali | Toscana |

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|-----------------------|-------------------|------------|------------|
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Abruzzo | 2 | X | X |
| TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE | Abruzzo | 2 | X | X |
| Tecnico della pubblicità | Basilicata | 2 | X | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Calabria | 2 | X | X |
| Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali | Calabria | 2 | X | X |
| RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER | Calabria | 2 | X | X |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali | Campania | 2 | X | X |
| PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI COMUNICAZIONE | Friuli Venezia Giulia | 2 | X | X |
| COMUNICATORE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | Lombardia | 2 | X | X |
| COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE | Lombardia | 2 | X | X |
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI FUND RAISING | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI | Lombardia | 2 | X | X |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|------------------------------|-------------------|------------|------------|
| Digital marketing specialist | Provincia Autonoma di Trento | 2 | X | X |
| Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali | Puglia | 2 | X | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Toscana | 2 | X | X |
| Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali | Toscana | 2 | X | X |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI | Veneto | 2 | X | X |
| Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA | | | | |
| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE | Emilia-Romagna | 1 | X | |
| DIGITAL MARKETING STRATEGICO | Friuli Venezia Giulia | 1 | X | |
| SOCIAL MARKETING STRATEGICO | Friuli Venezia Giulia | 1 | X | |
| MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE | Lombardia | 1 | X | |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-------------------|-------------------|----------------|------------|
| Tecnico della comunicazione-information | Molise | 1 | X | |
| ESPERTO DI FUNDRAISING | Veneto | 1 | X | |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA | Veneto | 1 | X | |
| Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA | | | | |
| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
| Tecnico delle industrie culturali e creative | Basilicata | 0 | | |
| STRATEGIC PLANNER | Lombardia | 0 | | |
| Tecnico coordinatore di ufficio stampa | Sardegna | 0 | | |
| ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali | | | | |
| Tabelle di equivalenza AdA | | | | |
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE | | | Emilia-Romagna | |
| Account | | | Liguria | |
| RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI | | | Lombardia | |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | | | Lombardia | |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | | | Puglia | |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | | | Puglia | |

Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione

Toscana

Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane

Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|-----------------------|------------|-----|-----|
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Abruzzo | 2 | X | X |
| TECNICO ORGANIZZAZIONE EVENTI | Abruzzo | 2 | X | X |
| TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE | Abruzzo | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Calabria | 2 | X | X |
| RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER | Calabria | 2 | X | X |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali | Campania | 2 | X | X |
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE | Emilia-Romagna | 2 | X | X |
| ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONGRESSI | Friuli Venezia Giulia | 2 | X | X |
| Consulente di immagine e comunicazione moda (Fashion styling and communication advisor) | Lazio | 2 | X | X |
| Tecnico della comunicazione | Lazio | 2 | X | X |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-------------------|-------------------|------------|------------|
| Account | Liguria | 2 | X | X |
| ESSERE IN GRADO DI GESTIRE LE ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MARKETING | Liguria | 2 | X | X |
| Addetto ufficio stampa | Liguria | 2 | X | X |
| COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| EFFETTUARE LA GESTIONE DEL SISTEMA DI INFORMAZIONE DI UN SERVIZIO PUBBLICO | Lombardia | 2 | X | X |
| RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire attività di Lead Generation | Lombardia | 2 | X | X |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE) | Lombardia | 2 | X | X |
| ORGANIZZATORE DI EVENTI | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire le attività di social media marketing | Lombardia | 2 | X | X |
| COMUNICATORE TERRITORIALE | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI | Lombardia | 2 | X | X |
| RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO | Lombardia | 2 | X | X |
| ESPERTO DI FUND RAISING | Lombardia | 2 | X | X |
| SOCIAL MEDIA MANAGER | Lombardia | 2 | X | X |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|------------------------------|-------------------|------------|------------|
| RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI | Lombardia | 2 | X | X |
| Gestire attività di comunicazione aziendale | Lombardia | 2 | X | X |
| Tecnico della comunicazione-informazione | Molise | 2 | X | X |
| Digital marketing specialist | Provincia Autonoma di Trento | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Puglia | 2 | X | X |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Puglia | 2 | X | X |
| Tecnico specializzato in marketing - Comunicazione | Sicilia | 2 | X | X |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione | Toscana | 2 | X | X |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI | Veneto | 2 | X | X |

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|------------|------------|
| | | | | |

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|--|-----------------------|-------------------|------------|------------|
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Calabria | 1 | X | |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Calabria | 1 | X | |
| SOCIAL MARKETING OPERATIVO | Friuli Venezia Giulia | 1 | | X |
| MARKETING DIGITALE OPERATIVO | Friuli Venezia Giulia | 1 | | X |
| ESPERTO GESTIONE AREA RISORSE UMANE | Lombardia | 1 | X | |
| SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST) | Lombardia | 1 | | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Puglia | 1 | X | |
| Operatore per le relazioni con il pubblico | Sardegna | 1 | | X |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi | Toscana | 1 | X | |
| Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane | Toscana | 1 | X | |
| ESPERTO DI FUNDRAISING | Veneto | 1 | X | |

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

| Qualificazione | Repertorio | RA coperti | RA1 | RA2 |
|---|------------|------------|-----|-----|
| Social media manager | Campania | 0 | | |
| Tecnico dell'organizzazione del lavoro, della gestione del cambiamento, della comunicazione aziendale e dei piani retributivi | Puglia | 0 | | |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA | Veneto | 0 | | |

Competenze

Titolo: Implementare una relazione virtuale e digitale con l'utenza

Descrizione: Implementare una relazione virtuale e digitale con l'utenza

Obiettivo: Implementare una relazione virtuale e digitale con l'utenza

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale associate:

Risultato atteso:RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione

Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio

Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere

Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

Risultato atteso:RA2: Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative della campagna di comunicazione/promozione, provvedendo al corretto trasferimento di tutte le informazioni ai professionisti della comunicazione (brief di marketing)

Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative
Individuazione degli elementi significativi per la definizione del brief di marketing

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nella selezione dei canali promozionali

Attività dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget

Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione

Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche

Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

Risultato atteso:RA2: Organizzare le iniziative promozionali, coordinando le attività di predisposizione e diffusione dei materiali informativi e curando i rapporti con i mezzi di informazione

Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale

Cura dei rapporti con i mezzi di informazione

Organizzazione di iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, sponsorizzazioni, ecc.)

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/CAPACITÀ

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

Titolo: Organizzare campagne di marketing e vendita attraverso i social

Descrizione: Organizzare campagne di marketing e vendita attraverso i social

Obiettivo: Organizzare campagne di marketing e vendita attraverso i social

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale associate:

Risultato atteso:RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione

Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio

Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere

Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

Risultato atteso:RA2: Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative della campagna di comunicazione/promozione, provvedendo al corretto trasferimento di tutte le informazioni ai professionisti della comunicazione (brief di marketing)

Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative
Individuazione degli elementi significativi per la definizione del brief di

marketing

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nella selezione dei canali promozionali

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/CAPACITÀ

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

Titolo: Organizzare campagne di Brand e comunicazione attraverso i social

Descrizione: Organizzare campagne di Brand e comunicazione attraverso i social

Obiettivo: Organizzare campagne di Brand e comunicazione attraverso i social

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale associate:

Risultato atteso:RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione

Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio

Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere

Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

Risultato atteso:RA2: Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative della campagna di comunicazione/promozione, provvedendo al corretto trasferimento di tutte le informazioni ai professionisti della comunicazione (brief di marketing)

Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative
Individuazione degli elementi significativi per la definizione del brief di marketing

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nella selezione dei canali promozionali

Attività dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget

Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione

Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche

Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

Risultato atteso:RA2: Organizzare le iniziative promozionali, coordinando le attività di predisposizione e diffusione dei materiali informativi e curando i

rapporti con i mezzi di informazione
Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale
Cura dei rapporti con i mezzi di informazione
Organizzazione di iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, sponsorizzazioni, ecc.)

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/CAPACITÀ

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

| Codice | Titolo |
|---------------|--|
| 2.5.1.6.0 | Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate |
| 1.2.3.4.0 | Direttori e dirigenti del dipartimento comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni |
| 3.3.3.6.2 | Tecnici delle pubbliche relazioni |

Codici ISTAT ATECO associati

| Codice Ateco | Titolo Ateco |
|---------------------|--|
| 70.21.00 | Pubbliche relazioni e comunicazione |
| 73.11.01 | Ideazione di campagne pubblicitarie |
| 73.11.02 | Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari |
| 73.12.00 | Attività delle concessionarie pubblicitarie |

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587