



Digital Project Manager

Dove e come lavora

Il Digital Project Manager (o semplicemente Project Manager) si inserisce nel Reparto Digital, di cui è il responsabile, in agenzie pubblicitarie e di comunicazione di qualsiasi dimensione, tuttavia, nelle agenzie più piccole, gli stessi compiti possono essere svolti direttamente dal Titolare o da uno dei Soci o, ancora, dal Creative Director.

Cosa fa

Il Digital Project Manager indirizza, organizza, programma, coordina e supervisiona tutte le attività che vengono svolte all'interno del Reparto Digital. È, quindi, la figura professionale che da un lato coordina e supervisiona le attività svolte all'interno del Reparto Digital e, in particolare, le attività svolte all'interno dell'Ufficio Web e dell'Ufficio Social Media; dall'altro è incaricato di ideare e impostare lo sviluppo di siti web statici e dinamici, di siti di e-commerce, di applicazioni mobili (app) e, più in generale, di tutte le piattaforme web e social a supporto di campagne pubblicitarie o di comunicazione, marketing. In particolare, il Digital Project Manager organizza l'attività del reparto, distribuisce i compiti, verifica l'avanzamento dei lavori e individua le soluzioni ottimali per soddisfare le esigenze del cliente, rispettando le tempistiche e il budget. Si occupa, quindi, della progettazione dei siti web dal punto di vista strutturale e funzionale e della pianificazione di test e simulazioni per valutare la robustezza e la sicurezza delle soluzioni realizzate. Gestisce, inoltre, le campagne pubblicitarie e di comunicazione, marketing veicolate tramite i social media, definendo e strutturando il piano editoriale e la calendarizzazione dei contenuti, quindi, analizza e monitora i dati di flusso e le performance delle soluzioni adottate. È responsabile, inoltre, della crescita professionale e della formazione del personale che opera sotto le sue direttive.

Spesso partecipa, insieme agli Account, alle trattative con i clienti (generalmente con quelli più importanti) per capire quali sono le richieste/esigenze dei clienti e, una volta acquisita la commessa, si relaziona direttamente con il cliente per assicurarsi che il lavoro proceda nella giusta direzione. Il Digital Project Manager si relaziona, inoltre, con il Reparto Creativo per quanto riguarda la definizione delle linee guida nello sviluppo di un sito web, una app, ecc. o nella gestione dei social media e con il Reparto Strategia/Marketing per capire e definire quali sono le strategie di comunicazione più appropriate per soddisfare le esigenze del cliente e, quindi, per massimizzare i risultati della commessa.

Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un laureato in Comunicazione, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, in Tecniche e metodi per la società dell'informazione, in Strategie di comunicazione o in Lingue, ma anche da un diplomato presso un istituto professionali in ambito comunicazione. È, comunque, fondamentale una specializzazione (anche da autodidatta) in ambito web e, in particolare, nel campo della programmazione web.



Competenze tecniche

Di base, il Digital Project Manager deve possedere buone conoscenze delle teorie e delle tecniche pubblicitarie e, più in generale, della comunicazione veicolata sfruttando i nuovi media (web e social), deve possedere buone conoscenze di psicologia della comunicazione e di comunicazione d'impresa, deve conoscere le metodologie e le tecniche del web marketing, saper leggere ed interpretare dati statistici e conoscere la normativa in materia di comunicazione e informazione on-line. In particolare, deve possedere ottime conoscenze delle tecniche di sviluppo di siti web, e-commerce e app; deve, quindi, possedere conoscenze del modello entità relazione, dei fondamenti dei linguaggi web di scripting lato server e web server, degli strumenti di pubblicazione per il web (CMS, blog, editor), di web security e di architettura delle informazioni sul web, oltreché le logiche con cui gli algoritmi che regolano l'ordine dei risultati nelle SERP (le pagine dei risultati dei motori di ricerca) scelgono i siti da posizionare più in alto, dei principi di ottimizzazione del ranking relativi agli algoritmi attualmente utilizzati dai motori di ricerca, dei principali seo tools e degli strumenti di test. Deve, inoltre, conoscere molto bene le caratteristiche, le dinamiche e tutte le funzionalità dei social media e deve conoscere i tools di ricerca e monitoraggio, di gestione e di analisi. Deve, quindi, possedere ottime capacità di veicolare il messaggio voluto sfruttando le potenzialità e le peculiarità offerte dai social media. Infine, deve possedere conoscenze di web design, di comunicazione visiva, delle tecniche grafiche e illustrative, di computer grafica, delle discipline multimediali, di grafica digitale e di editoria multimediale.

Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore esperto, operando in un reparto ad alto contenuto digitale, oltreché la conoscenza della lingua inglese, soprattutto se l'agenzia lavora con clienti esteri o a progetti di respiro internazionale e, comunque, dovendo lavorare con software e fonti quasi sempre in lingua inglese.

Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine ad organizzare il proprio lavoro e quello di altri, al lavoro di gruppo, al problem solving e alla relazione con i clienti. Deve, chiaramente, essere una persona molto precisa con una mentalità analitica, ma comunque flessibile mentalmente. Infine, deve essere disponibile a lavorare fuori orario e a viaggiare.

Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 24/2017 "Attività e professionalità nel settore della pubblicità e della comunicazione d'impresa in Veneto".