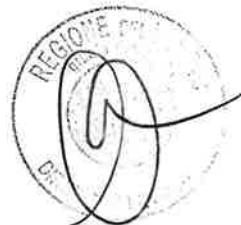




**REGIONE DEL VENETO**

**giunta regionale**



pag. 1/1

**Allegato A al Decreto n. 954 del 14 agosto 2023**

## **Nuovi Profili professionali del RRSP**

Profilo

**TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA**

### **Denominazione del Profilo**

Tecnico specializzato in social media

### **Descrizione del profilo**

Il Tecnico specializzato in social media si occupa della gestione di profili, pagine e account ufficiali di un'organizzazione, azienda o brand sui social network, allo scopo di accrescerne la presenza on line, migliorarne la brand awareness e la reputation, creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico, monitorando e valutando le attività sviluppate e i risultati raggiunti. È in grado di produrre diverse tipologie di contenuto adeguate alla pubblicazione sulle varie pagine dei social network aziendali e di interagire con l'utenza attraverso questi canali, creando e animando anche virtual community.

### **Referenziazioni**

- **Quadro Europeo delle Qualificazioni - (EQF)**

5

- **Classificazione Nazionale delle professioni (ISTAT CP 2011)**

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

2.5.4.1.3 Redattori di testi per la pubblicità

- **Classificazione Nazionale delle Attività economiche (Ateco 2007)**

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

- **Settore Economico Professionale (SEP) - QNQR**

Area comune

- **Processo - QNQR**

Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni

- **Sequenze di Processo – QNQR**

Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità

- **Aree di attività**

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

Profilo associato a 1 RA su 3:

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

E alle seguenti attività:

- Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative

ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali

Profilo associato alla seguente attività:

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

- Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

## Allegato A al Decreto n. 954 del 14 agosto 2023



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

ADA.24.04.16 (ex ADA.25.225.734) - Produzione di testi pubblicitari

Profilo associato a 1 RA su 2:

RA1: Definire i fondamenti testuali del messaggio pubblicitario, a partire dall'analisi degli obiettivi da raggiungere, elaborando tutti gli elementi necessari (headline, bodycopy caption, pay-off, ecc.)

**Competenze**

| REALIZZARE L'ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO                                                                                                                                           |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>CONOSCENZE</b>                                                                                                                                                                         |  |
| - Metodologie e strumenti di analisi dei fabbisogni                                                                                                                                       |  |
| - Modelli di marketing e segmentazione dell'utenza                                                                                                                                        |  |
| - Principali tecniche e metodologie di analisi di mercato                                                                                                                                 |  |
| - Metodologie e strumenti di benchmarking                                                                                                                                                 |  |
| - Strumenti e tecniche di gestione di un budget                                                                                                                                           |  |
| - Principi e tecniche di marketing                                                                                                                                                        |  |
| - Principali tecniche di SEO e SEM                                                                                                                                                        |  |
| - Strategie e tecniche di social media strategy                                                                                                                                           |  |
| <b>ABILITÀ</b>                                                                                                                                                                            |  |
| - Riconoscere finalità, caratteristiche ed esigenze del contesto e dell'utenza a cui l'organizzazione/azienda/brand si rivolge                                                            |  |
| - Identificare il sistema di offerta dei principali competitor - sia in termini qualitativi che quantitativi - assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking |  |
| - Definire gli elementi costitutivi della strategia di comunicazione da sviluppare sui diversi social network: finalità, metodologie, strumenti, destinatari, tempi e costi, ecc.         |  |
| - Tradurre gli obiettivi aziendali in ipotesi progettuali, tenendo conto di vincoli economici, di mercato e di possibili canali di finanziamento                                          |  |
| - Riconoscere le specificità dei servizi, delle attività e dei prodotti da promuovere al fine di valutarne potenzialità e valenza rispetto al mercato di riferimento                      |  |
| <b>RISULTATO</b>                                                                                                                                                                          |  |
| Analisi su fattori di mercato e comportamenti dell'utenza propri dello scenario di riferimento realizzata                                                                                 |  |
| <b>INDICATORI</b>                                                                                                                                                                         |  |
| - Analisi contesto e finalità dell'intervento                                                                                                                                             |  |
| - Benchmarking principali competitors                                                                                                                                                     |  |
| - Rilevazione fabbisogni dell'utenza                                                                                                                                                      |  |
| - Sviluppo ipotesi progettuali di social media strategy                                                                                                                                   |  |
| <b>ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR</b>                                                                                                                                                 |  |
| ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale                                                                                      |  |
| Attività correlate:                                                                                                                                                                       |  |
| - 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                                                                                     |  |
| ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali                                                                                       |  |
| Attività correlate:                                                                                                                                                                       |  |
| - Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione                                                                                                                             |  |
| ADA.24.04.16 (ex ADA.25.225.734) - Produzione di testi pubblicitari                                                                                                                       |  |
| Attività correlate:                                                                                                                                                                       |  |
| - Analisi delle linee guida della campagna di comunicazione                                                                                                                               |  |
| <b>LIVELLO EQF</b>                                                                                                                                                                        |  |
| 5                                                                                                                                                                                         |  |

| <b>CONFIGURARE LA SOCIAL MEDIA STRATEGY</b>                                                          |                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CONOSCENZE</b>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Caratteristiche, strategie operative, norme d'utilizzo e di privacy dei principali social network (Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, Pinterest, ecc.)                                                           |
| –                                                                                                    | Principali tecniche di social media communication                                                                                                                                                                    |
| –                                                                                                    | Principali tecniche di content management                                                                                                                                                                            |
| –                                                                                                    | Principali tecniche di copywriting e scrittura creativa                                                                                                                                                              |
| –                                                                                                    | Riferimenti normativi e legislativi in materia di autodisciplina pubblicitaria                                                                                                                                       |
| –                                                                                                    | Riferimenti normativi e legislativi relativi al copyright                                                                                                                                                            |
| –                                                                                                    | Elementi di social media management                                                                                                                                                                                  |
| –                                                                                                    | Principali programmi, tecniche e strumenti per la creazione e gestione di contenuti multimediali (post, video, tiktok, stories, ecc.)                                                                                |
| <b>ABILITÀ</b>                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Riconoscere le diverse soluzioni per realizzare la campagna social dell'organizzazione di riferimento, in coerenza con i vincoli economici e di progetto stabiliti                                                   |
| –                                                                                                    | Identificare i social network su cui implementare la strategia di comunicazione/promozione, sulla base degli obiettivi aziendali previsti e delle analisi svolte                                                     |
| –                                                                                                    | Applicare tecniche di social media communication, content management e copywriting per la creazione e gestione dei profili social dell'organizzazione                                                                |
| –                                                                                                    | Riconoscere le tipologie di contenuti (post, video, tiktok, stories, ecc.) più efficaci per promuovere la brand awareness e la reputation dell'organizzazione                                                        |
| –                                                                                                    | Stabilire un calendario editoriale in base alle caratteristiche dei vari social network e alle diverse tipologie di utenza, allo scopo di creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico di riferimento |
| <b>RISULTATO</b>                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                      |
| Social media strategy implementata in linea con la brand identity aziendale                          |                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>INDICATORI</b>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Creazione dei profili social aziendali                                                                                                                                                                               |
| –                                                                                                    | Redazione e pubblicazione di contenuti sui profili social                                                                                                                                                            |
| <b>ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                      |
| ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale |                                                                                                                                                                                                                      |
| Attività correlate:                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing                                                                                                                  |
| –                                                                                                    | Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative                                                                                                                                         |
| ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali  |                                                                                                                                                                                                                      |
| Attività correlate:                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche                                                                                                     |
| –                                                                                                    | Organizzazione di iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, sponsorizzazioni, ecc.)                                                                                                     |
| ADA.24.04.16 (ex ADA.25.225.734) - Produzione di testi pubblicitari                                  |                                                                                                                                                                                                                      |
| Attività correlate:                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      |
| –                                                                                                    | Selezione dei diversi stili di scrittura in base al mezzo impiegato e al target di riferimento                                                                                                                       |
| –                                                                                                    | Realizzazione della struttura del messaggio verbale (headline, bodycopy, pay-off)                                                                                                                                    |
| <b>LIVELLO EQF</b>                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                      |
| 5                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                      |

# **GESTIRE LA COMMUNITY DI UTENTI ON LINE**

## **CONOSCENZE**

- Tecniche di comunicazione, ascolto e gestione della relazione
- Principi di psicologia dei gruppi sociali
- Tecniche, modalità e strumenti di gestione delle dinamiche sui social network
- Virtual community: principali tipologie, caratteristiche, funzionalità, tecniche di moderazione e regole d'ingaggio
- Terminologia tecnica specifica del settore in lingua inglese
- Criteri e livelli di accessibilità e fruibilità
- Principali riferimenti normativi vigenti in materia di privacy, tutela dei dati personali e protezione della proprietà intellettuale
- Criteri e principi generali per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici (Legge Stanca)

## **ABILITÀ**

- Rilevare le esigenze degli utenti e gli elementi che possono condizionarne la fruizione di contenuti e servizi sui profili social aziendali
- Prevedere le necessità dell'utenza al fine di identificare azioni anche personalizzate, funzionali a trasmettere attenzione alla sua identità e intervenire per una maggior fidelizzazione
- Applicare strategie di social media communication per incrementare l'engagement, attraverso l'animazione e la moderazione delle attività degli utenti sui profili social e nelle virtual community
- Adottare approcci e modalità di gestione della comunità virtuale degli utenti in linea con le strategie comunicative/promozionali e il tone of voice aziendale
- Orientare l'utenza verso una partecipazione alla comunità virtuale rispettosa delle relazioni, consona allo svolgimento delle attività e alla fruizione dei servizi

## **RISULTATO**

Animazione della comunità di utenti on line realizzata in coerenza con la social media strategy stabilita e con le esigenze e i fabbisogni dei partecipanti

## **INDICATORI**

- Programmazione attività
- Moderazione e animazione comunità virtuale

## **ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR**

ADA.24.04.16 (ex ADA.25.225.734) - Produzione di testi pubblicitari

Attività correlate:

- Selezione dei diversi stili di scrittura in base al mezzo impiegato e al target di riferimento
- Realizzazione della struttura del messaggio verbale (headline, bodycopy, pay-off)

## **LIVELLO EQF**

5



| <b>REALIZZARE IL MONITORAGGIO DELLE PIATTAFORME SOCIAL</b>                                                                                                                                            |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>CONOSCENZE</b>                                                                                                                                                                                     |  |
| – Strumenti e tecniche di monitoraggio delle attività dei social media (social network, blog, siti, comunità virtuali, ecc.)                                                                          |  |
| – Principali indici statistici qualitativi e quantitativi per il web                                                                                                                                  |  |
| – Tecniche di analisi del comportamento degli utenti on line                                                                                                                                          |  |
| – Principali tecniche di analisi degli insight                                                                                                                                                        |  |
| – Strumenti e tecniche di social listening                                                                                                                                                            |  |
| – Strategie e tool di social media audit                                                                                                                                                              |  |
| – Tecniche e strumenti per l'elaborazione di modulistica e reportistica relativa agli esiti del monitoraggio                                                                                          |  |
| – Principali riferimenti normativi in materia di tutela dei dati e sicurezza informatica                                                                                                              |  |
| <b>ABILITÀ</b>                                                                                                                                                                                        |  |
| – Applicare tecniche di sentiment analysis e insight marketing allo scopo di monitorare il comportamento e le reazioni dell'utenza                                                                    |  |
| – Riconoscere le eventuali criticità legate ai prodotti/servizi promossi utilizzando tecniche e tecnologie di social listening                                                                        |  |
| – Tradurre i dati di monitoraggio in azioni di miglioramento delle performance delle piattaforme social                                                                                               |  |
| – Identificare soluzioni e modifiche nella programmazione, organizzazione e gestione delle attività sui social network in relazione a esigenze e criticità specifiche emerse                          |  |
| – Adottare la modulistica e la reportistica aziendale per condividere con le altre funzioni aziendali coinvolte i dati ricavati dal monitoraggio delle performance social e dalla misurazione del ROI |  |
| <b>RISULTATO</b>                                                                                                                                                                                      |  |
| Monitoraggio delle attività dei profili social realizzato e formalizzato secondo le procedure previste                                                                                                |  |
| <b>INDICATORI</b>                                                                                                                                                                                     |  |
| – Rilevazione criticità sui diversi social network                                                                                                                                                    |  |
| – Analisi dati relativi ad accessi, attività e comportamenti dell'utenza sui social network aziendali                                                                                                 |  |
| – Misurazione ROI                                                                                                                                                                                     |  |
| – Implementazione interventi correttivi                                                                                                                                                               |  |
| – Elaborazione modulistica e report di monitoraggio                                                                                                                                                   |  |
| <b>ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR</b>                                                                                                                                                             |  |
| Nessuna attività correlata                                                                                                                                                                            |  |
| <b>LIVELLO EQF</b>                                                                                                                                                                                    |  |
| 5                                                                                                                                                                                                     |  |

