

Le professioni del futuro: Il Community Manager



Continuando l'esplorazione delle figure professionali emergenti questa settimana segnaliamo il **"Community Manager"**. Il manager delle comunità virtuali si sviluppa sull'onda del Web 2.0, cioè del complesso delle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tramite, piattaforme, blog, ecc. La figura, in particolare, nasce dalla necessità di aziende ed organizzazioni di creare un proprio profilo ed una diffusa e soddisfacente reputazione online, attraverso il sito istituzionale, ma anche e soprattutto tramite i social network e blog aziendale. Il community manager è colui che propone alla Direzione l'immagine aziendale da veicolare online, sviluppando nuove strategie di comunicazione, in poche parole decide la *brand reputation* dell'azienda stessa.

Con 1,2 mld di utenti attivi (di cui 28 milioni iscritti italiani), 1 mld di utenti Youtube, e con LinkedIn che cresce di 3 iscritti al secondo, la posizione del Community manager assume un elevato valore strategico per il business aziendale.

Attività

Su obiettivi del committente il community manager progetta la struttura della comunità e gli eventi a cui partecipare, definisce le modalità di aggregazione, sceglie gli strumenti, i servizi, le categorie di discussione e, se necessario, può anche avvalersi di moderatori che lo affianchino nella gestione della comunità virtuale. Monitora costantemente le interazioni dei forum e dei social network in cui ha inserito l'immagine ed il brand aziendale, controllando ed analizzando le Fan Pages dedicate e le relative community in cui si è

inserito: Facebook, YouTube, Twitter, Myspace, LinkedIn, Pinterest ecc. per la gestione dei [feedback](#) e la valutazione dei livelli di *brand advocacy* (l'atto spontaneo di un consumatore che raccomanda un brand) . Sollecita l'attenzione e stimola la discussione su temi specifici, motiva i [lurkers](#) (coloro che leggono, ma non intervengono) e gestisce gli iperattivi, definendo regole di comportamento valorizzando il business su passaparola (*world of mouth*) .

Percorso e sfide

Non esiste un percorso specifico che formi alla professione. Il community manager può partire da percorsi di laurea anche molto lontani tra loro come comunicazione, marketing, lettere, economia, design della comunicazione. Ma l'aver conseguito altri titoli universitari non è preclusivo. Importante è la conoscenza dell'ambito comunicazione e marketing e l'interesse per i social media.

In una frase

Il R.O.I. (*return on investment*) del Community Manager? Trasformare i liker (fan, follower) in clienti!