

NEI PROSSIMI DUE ANNI ALLE AZIENDE ON LINE SERVIRANNO FINO A 700MILA NUOVE RISORSE

In rete fa carriera il cacciatore di dati

Il web cerca esperti nell'analisi delle informazioni e nella sicurezza

■ Lavoro 4.0? La Commissione Ue stima che entro il 2020 il fabbisogno di nuove risorse web si aggirerà tra 500 e 700mila unità. Ma quali sono i *digital jobs* più richiesti del momento? Secondo l'Osservatorio delle Competenze Digitali 2017, promosso da Assinter Italia con le principali associazioni Ict (Aica, Assinform, Assintel), le professioni di domani riguarderanno figure costituite da un mix articolato di competenze: non solo conoscenze tecnologiche e manageriali, ma anche soft skills, ovvero leadership, intelligenza emotiva, pensiero creativo e gestione del cambiamento. Entrando nello specifico, tra le carriere del futuro ci sono il «data scientist», esperto nell'analisi dei dati, spesso utili all'interno di un'azienda per

intercettare interessi ed esigenze dei clienti sul web. A seguire l'«It security manager», figura di riferimento per l'organizzazione e l'assunzione di responsabilità della sicurezza di un'azienda. Una sorta di agente di sicurezza che evita le falle nel sistema di sicurezza difendendo tutti i sistemi informatici aziendali. Sul terzo gradino del podio, c'è la figura del «chief technology officer», che seleziona le tecnologie da applicare a prodotti e servizi offerti dall'impresa. Non meno ricercati sono poi lo «sviluppatore mobile», che si occupa di applicazioni per smartphone e tablet, e il «big data architect», che gestisce l'analisi del sistema dei dati. Tra le professioni gettonate poi il «digital copywriter», che gestisce contenuti di marke-

ting su piattaforme digitali, il «community manager», addetto alla gestione di una comunità virtuale con il compito di progettare la struttura e di coordinarne le attività e il «digital Pr», esperto di pubbliche relazioni attraverso i canali online. Interessano le aziende anche il «digital advertiser», che segue e pianifica le campagne pubblicitarie sul web, l'«e-reputation manager» che gestisce la reputazione online, il «Seo» e «Sem specialist» che supporta le aziende nell'ottimizzazione del posizionamento sui motori di ricerca. Infine «social media marketing manager», una esperto del web che coordina tutte quelle azioni volte al supporto dell'immagine di un brand.

SF

