



Stranger Skills

Nuovi mondi, nuove professioni

phd

In un mondo che viaggia veloce e dagli scenari complessi segnati dall'ibrido e un costante salto tra piattaforme, formati e canali, sta profondamente cambiando la natura del lavoro e i tradizionali parametri di gestione delle risorse e ricerca dei nuovi talenti.

Quali sono le competenze necessarie a traghettarci verso questo cambiamento? Quale l'impatto sulle persone e come si stanno orientando le aziende? Quali gli sviluppi e le implicazioni più urgenti per il marketing in uno scenario di medio periodo?

A queste domande punta a rispondere questa ricerca di PHD che, navigando tra le nuove geografie professionali, nuovi linguaggi e bisogni, declina il futuro della comunicazione tra umanesimo e creatività digitale, riscrivendo il perimetro di azione su un set di valori completamente nuovo che impone un ripensamento dei tradizionali percorsi e strumenti di valutazione.

Un momento di cambiamento senza precedenti per il marketing e il media

In passato:

Creazione delle fondamenta della rivoluzione: Internet, e-commerce, smartphone e social media.

Ora:

Le evoluzioni che hanno creato un'accelerazione del cambiamento: reti più veloci, progressi nella potenza di calcolo e schermi migliori nonchè più economici, nuovi device.

Nel futuro:

Nascita di nuove funzionalità del media.

Per fronteggiare il mutamento è necessario ripensare tutti gli elementi del marketing:

Tecnologie Abilitatrici

Piattaforme tecnologiche di marketing e pubblicità che liberano le persone, restituendo loro più tempo per pensare ed essere creativi.

Inspirare i professionisti con informazioni e guida per aiutarli ad alzare il livello di performance.

Competenze Rinnovate

Organizzazioni avide di conoscenza con un focus verso la crescita nella forza lavoro nelle aree della comunicazione e marketing in evoluzione.

Portare a bordo nuove competenze per mantenere il vantaggio innovativo.

Processi Agili e Flessibili

Processi che consentono alle persone di prendere decisioni efficienti (linee di comando ridotte).

Le piattaforme tecnologiche che migliorano la velocità e favoriscono la collaborazione.

Insight Chiari, immediati e Attivabili

Mettere in campo le giuste risorse per trarre il massimo valore commerciale dai dati.

Trovare soluzioni per offrire analisi più avanzate (ad esempio predittive).

Misurazione Fluida e continuativa

Strutturare bene frameworks di misurazione che colleghino immediatamente KPI ottimizzabili con risultati di business.

Live reporting sui risultati di business da più fonti.



Le variabili sono
moltissime ma
**le persone sono
la vera discriminante
del cambiamento**

**“Getting the right people,
keeping them with you,
keeping them challenged,
pushing them harder and
making them feel incredibly
engaged and inspired to do
that work, is the essential
work of the firm.”**

Nancy F. Koehn

The Harvard Business School



Le persone e il loro
punto di vista
sono al centro
della nostra ricerca

Nuove generazioni

Coloro che stanno prendendo le **prime decisioni** nell'ambito del marketing e della comunicazione

Aziende

Professionisti che, essendo parte del mondo del marketing e della comunicazione in azienda, sono **consapevoli** delle necessità e delle competenze richieste.

HR & Recruiters

Specialisti che si occupano di **individuare le persone più adatte** per le posizioni di marketing e comunicazione, **interrogati sui talenti** che devono reclutare e formare

Due facce della stessa medaglia in risposta al cambiamento sempre più rapido: l'energia dell'entusiasmo e la preoccupazione per il futuro

GLI ENTUSIASMI



Nel corso degli anni un lavoratore acquisisce capacità e abilità.

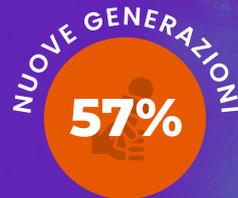


Le tecnologie consentono decisioni più veloci.



Le aziende dovrebbero provvedere alla formazione e aggiornamento dei lavoratori.

I TIMORI



Essere compensati "il giusto" per le competenze acquisite



Difficoltà a trovare un lavoro che concili i tempi dell'impresa con quelli del benessere personale



Necessità di riqualificazione dei lavoratori con più anni di esperienza

Readiness

Sentirsi pronti e attrezzati per le sfide di domani significa comprendere a fondo il proprio skill-set attuale

AREE NELLE QUALI VI È
LA PERCEZIONE DI AVERE
COMPETENZE GIÀ SOLIDE



Gestire,
supportare la
produzione dei
contenuti degli
influencers sui social



Consulenza sulle
tecnologie di cui
dotarsi in base
alle esigenze di
marketing



Design, Creazione
e adattamento di
creatività digitali
(DCO)

Un processo di apprendimento senza fine



Sviluppo

Comporta diverse azioni: i nuovi lavoratori devono **acquisire** competenze chiave che li renda competitivi sul mercato mentre la **riconversione & attualizzazione** delle competenze è una sfida che i professionisti non possono permettersi di perdere

AREE NELLE QUALI I MARKETERS SONO ORIENTATI PER L'ACQUIZIONE DI COMPETENZE



Creator Portfolio Management



Content Development



Content Development

Gli annunci di lavoro di domani potrebbero contenere job titles sconosciuti

ML Creative Producer

Game Commerce

Creator Collaborators

Video Commerce

Conversational AI Developers

Decision Engineering

Consulting-Advisory

Cleanroom Development Teams

Technology Orchestration

Sustainability Manager

Tech Company@Media Agency

Publisher-Audience Management

Abbiamo sondato l'interesse verso il nome di **alcune professionalità che potremmo incontrare nel futuro** senza fornirne la descrizione

Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

ML Creative Producer:

Attraverso i futuri innovativi software di produzione creativa sarà possibile creare sempre più rapidamente e automaticamente nuove creatività, riducendo drasticamente il tempo di produzione e sviluppando modelli predittivi che ne miglioreranno le performance. Il MLCP supervisionerà il lavoro dei software e con il suo human touch ottimizzerà ulteriormente il risultato finale e le sue performance.

% interesse verso il ruolo



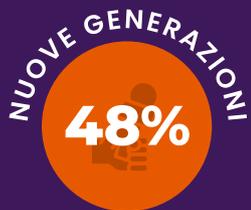
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Creator Collaborators:

Lavora con un portfolio di creator e influencer ingaggiati per promuovere il brand, utilizzando le tecnologie più avanzate di comunicazione e commerce e integrando lo sviluppo di tutti i contenuti nel modo più efficace e coordinato possibile.

% interesse verso il ruolo



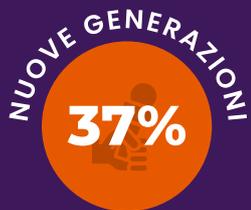
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Conversational AI Developers:

Utilizzerà diverse tecnologie per creare comunicazioni 100% interattive. Gli utenti potranno interrompere il flusso della comunicazione e iniziare una conversazione con uno dei personaggi dello spot per fare domande sul prodotto/servizio e anche acquistarlo direttamente.

% interesse verso il ruolo



Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Consulting-Advisory:

Consulenti e/o advisor strategici e creativi di vario genere che svilupperanno una serie di prodotti di consulenza preconfezionati e personalizzabili sulle esigenze delle singole aziende. Questi prodotti saranno particolarmente utili per i clienti che hanno internalizzato le funzioni esecutive.

% interesse verso il ruolo



Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Technology Orchestration:

Ha la capacità di collegare attività molto diverse tra loro: da quelle off-site a quelle on-site e attraverso il CRM in un unico ecosistema sinergico e connesso. Ciò richiede un'elevata capacità tecnica, per creare e facilitare l'interoperabilità tra tecnologie diverse, ma anche una forte capacità empatica per portare alla collaborazione team con interessi economici spesso in conflitto.

% interesse verso il ruolo



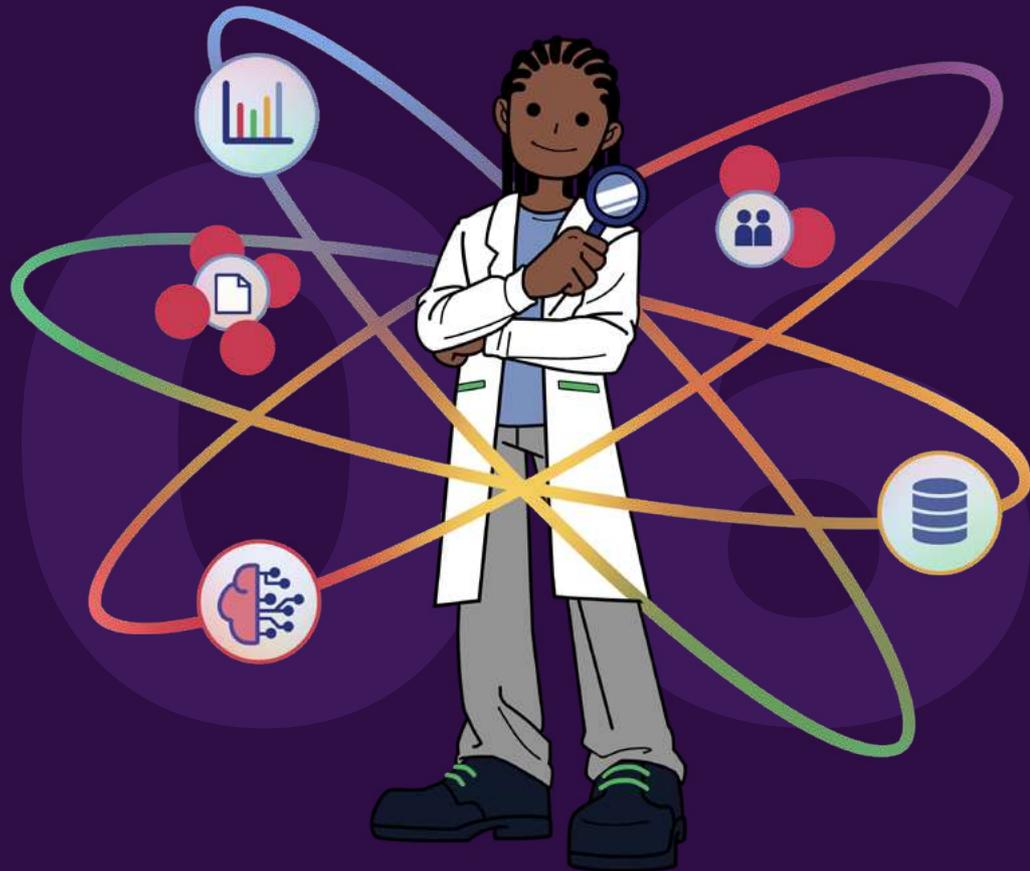
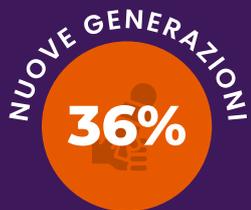
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Tech Company@Media:

Rappresenta l'evoluzione del modello attuale di professionisti certificati dalle piattaforme digitali all'interno delle agenzie, verso la creazione di interi team dedicati all'uso esclusivo delle tecnologie delle principali aziende tecnologiche. Esperti di tecnologie, scienziati dei dati ed evoluti analisti, riconosciuti come rivenditori autorizzati delle piattaforme tecnologiche, con profonde conoscenze come sviluppatori all'interno di ogni ambiente.

% interesse verso il ruolo



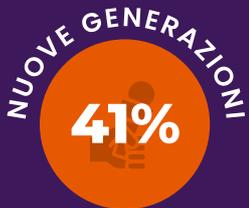
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Game Commerce:

Un'avanzata capacità di creare un nuovo livello di commerce all'interno delle principali piattaforme di gioco online. Ciò include la creazione di prodotti virtuali legati ai prodotti esistenti sotto forma di skin e abilità con marchi registrati, compresa la gestione di nuove forme di acquisto/vendita come criptovalute e NFT. Una gestione a 360° di tutte le forme di eCommerce, poiché i giocatori iniziano ad acquistare tutte le categorie di prodotti partendo proprio dalle piattaforme di gioco.

% interesse verso il ruolo



Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Video Commerce:

Si tratta di una skill volta alla profonda comprensione e connessione con i diversi ambienti video che consentono agli utenti di acquistare qualsiasi oggetto e/o servizio praticamente ovunque. Il Video Commerce si svilupperà con expertise e specializzazioni diverse a seconda degli ambienti per far apparire e impostare al meglio i prodotti all'interno di piattaforme differenti.

% interesse verso il ruolo



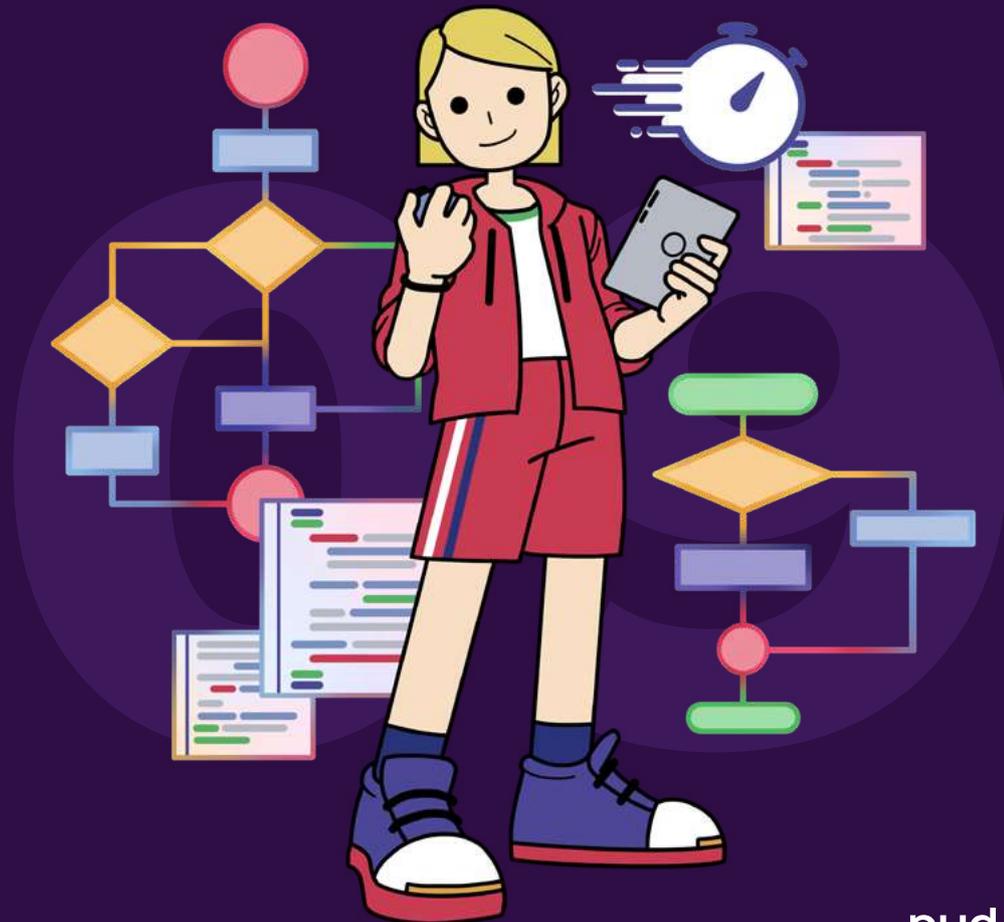
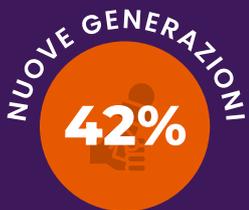
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Decision Science:

Si tratta di scienziati dei dati che «addestreranno» algoritmi per prendere decisioni di marketing. Questi algoritmi assegneranno dinamicamente punteggi a ID utenti o a gruppi di utenti in base alla loro propensione all'acquisto, propensione in continua evoluzione attraverso il loro comportamento online, e definiranno un fattore di offerta. Già oggi, vengono addestrati per prendere 50.000 decisioni di offerta al secondo e scegliere l'asset pubblicitario da mostrare.

% interesse verso il ruolo



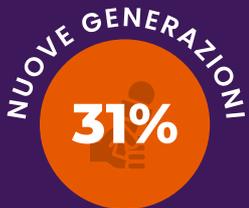
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Cleanroom Developer:

Lavoreranno con aziende terze per sviluppare l'accesso ai loro dati all'interno del proprio ambiente cloud. Ciò consentendo l'accesso esterno ai dati in modo conforme. Connetteranno le diverse piattaforme per utilizzare dati di prima parte e misurare l'impatto sulle vendite. Una volta stabilita la relazione e studiato l'impatto, si costruiranno algoritmi proprietari per ottimizzare con continuità i risultati.

% interesse verso il ruolo



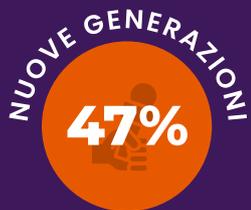
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

Sustainability Manager:

Identificherà e monitorerà gli impatti ambientali e sociali delle attività di un'organizzazione. Si occuperà di sviluppare e implementare strategie sostenibili per ridurre gli impatti negativi, migliorare l'efficienza delle risorse e promuovere il rispetto dell'etica e dei valori aziendali. Cercherà di integrare le pratiche sostenibili in tutte le operazioni e di comunicare efficacemente gli sforzi di sostenibilità all'interno e all'esterno dell'organizzazione..

% interesse verso il ruolo



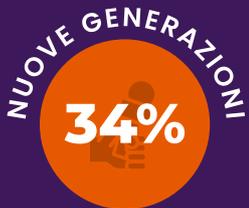
Stranger Skills

12 nuove professioni nel marketing e nella comunicazione

DE&I Manager:

Il Diversity, Equity & Inclusion Manager sarà il responsabile di promuovere la diversità e l'inclusione all'interno di qualsiasi tipologia di organizzazione. Il loro lavoro consisterà nel creare e attuare programmi e politiche che promuovano l'uguaglianza, l'equità e l'inclusione per tutti i dipendenti, indipendentemente dalla loro cultura, etnia, genere, orientamento sessuale, religione o abilità.

% interesse verso il ruolo



**Un momento di
cambiamento
senza precedenti
che sta cambiando
per sempre il
rapporto tra
lavoratori e aziende**

I NUOVI LAVORATORI SI TROVANO A COSTRUIRE
IL PROPRIO FUTURO SU UN SET DI VALORI
COMPLETAMENTE NUOVO

La **salute psicofisica** supera
il **salario** nelle variabili di
scelta per la propria carriera

66,2% vs. 66,0%

La **flessibilità di orari e
luoghi di lavoro** è il
primo nel ranking delle
opportunità derivate dai
cambiamenti recenti

66%

L'**etica aziendale** è tra le
variabili più importanti per
valutare la realtà aziendale
nella quale lavorare

64,6%

Il primo requisito del posto
di lavoro ideale è l'impegno
verso equity, diversity &
inclusion

60,8% 66% per le donne

**Nuove abitudini
per il marketing
del futuro**

Visione di lungo periodo

HABIT #01

**Assumere
per il futuro**



Incentivare la creatività

HABIT #02

**Lasciare
liberi**

(all'interno di un framework)



**Settare le giuste
aspettative**

HABIT #03

**Indirizzare
i talenti**

Competenze fresche
e rilevanti

HABIT #04

Diventare
a learning
institution

