Dettagli Profilo 24.QP.5

(Attualmente in vigore)

Denominazione profilo	Digital marketing specialist
Descrizione sintetica	Il Digital marketing specialist collabora alla stesura del piano di marketing aziendale con particolare riferimento all'utilizzo di canali digitali. Conosce ed è in grado di sfruttare in maniera trasversale tutti i principali canali di comunicazione e marketing digitale; applica metodologie per analizzare i risultati degli interventi di marketing e per ottimizzarne e migliorarne i risultati. Conosce le problematiche del diritto d'autore e della protezione dei dati personali.
Requisiti di accesso	Esperienza di almeno 12 mesi, anche non continuativa nell'arco dei 3 anni precedenti la richiesta di certificazione, nello sviluppo di piani di marketing, ricerche di mercato e comunicazione per canali digitali; oppure aver svolto, nei 3 anni precedenti la richiesta di certificazione, un percorso formativo nell'ambito del digital marketing (sviluppo di piani di marketing, ricerche di mercato e comunicazione per canali digitali) di almeno 400 ore e aver svolto in tale ambito esperienze lavorative e/o di tirocinio della durata minima di 300 ore.
Riferimenti normativi	Deliberazione G.P. n. 2133 del 20/12/2019
Settore economico	24 - Area comune
Livello EQF	4

Informazioni di contatto Enti accreditati

Ragione sociale	Indirizzo	Telefono	Mail / PEC
CiEffe SRL	via Brennero, 322, 38121 Trento (TN)	0461830804	info@cieffe.tn.it

Elenco Competenze

Descrizione competenza	Livello EQF	Conoscenze	Abilità
Collaborare alla stesura del piano di marketing in funzione del mercato di riferimento e all'utilizzo di canali digitali	4	• Analisi delle caratteristiche del mercato di riferimento • Analisi di macrosegmentazione • Analisi delle caratteristiche del prodotto • Marketing operativo • Strategie di vendita • E-marketing • Canali e strumenti comunicazione online	• Applicare tecniche di analisi di mercato • Applicare tecniche di segmentazione della clientela • Applicare tecniche di analisi di prodotto • Applicare tecniche di budgeting • Applicare tecniche di decision making • Applicare tecniche di inbound marketing e marketing mix • Applicare tecniche di project management • Utilizzare strumenti di pianificazione
Collaborare alla realizzazione delle iniziative di promozione e pubblicità applicando strategie di marketing digitale, monitorando i risultati	4	• Marketing operativo • Normative sull'informazione e sulla protezione della proprietà intellettuale (diritto d'autore) • Principi della comunicazione con le nuove tecnologie • Tecniche di editoria	• Applicare tecniche di project management • Utilizzare gli strumenti di web analytics • Applicare tecniche di decision making per l'implementazione di investimenti pubblicitari • Applicare modalità di selezione e verifica delle informazioni Utilizzare sistemi di knowledge management
Curare il posizionamento del prodotto/servizio sui canali di comunicazione digitale anche definendo e implementando le attività di comunicazione e monitorandone i risultati	5	• Marketing operativo • Conoscere le tipologia e le strategie dei canali di vendita • Elementi di Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (PPC) • Elementi di Customer Relationship Management e User Centric Marketing • Elementi di social media marketing • Elementi di mobile marketing • Linguaggi propri dei canali di comunicazione digitali • Elementi di customer relationship management • Tecnologie web emergenti e applicazioni più importanti del mercato	• Definire ipotesi di performance degli strumenti di comunicazione disponibili e obiettivi di conversione • Utilizzare gli strumenti di web analytics • Applicare tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali • Applicare tecniche di ricerca (dati/informazioni/notizie) • Applicare tecniche di web writing • Applicare procedure per la sicurezza dei dati • Applicare tecniche di correzione bozze • Applicare tecniche di monitoraggio delle attività • Adeguare il linguaggio al contesto di riferimento • Monitorare le fonti di informazione con continuità aggiornandosi sulle normative di riferimento • Identificare i vantaggi e i miglioramenti del business derivanti dall'adozione delle tecnologie emergenti • Selezionare soluzioni ICT appropriate basandosi su benefici attesi, rischi ed impatto complessivo

Descrizione competenza	Livello EQF	Conoscenze	Abilità
Realizzare analisi e ricerche di mercato a supporto della definizione e valutazione delle iniziative di marketing	4	• Elementi di psicologia sociale • Elementi di sociologia • Elementi di statistica • Fonti statistiche e amministrative • Metodologie della ricerca qualitativa e quantitativa • Normativa in materia di protezione dei dati personali • Tecniche di rilevazione dei dati	• Applicare tecniche di analisi dati di customer satisfaction • Applicare tecniche di analisi della concorrenza • Applicare tecniche di analisi di customer journey • Applicare tecniche di analisi database • Utilizzare software per l'informatizzazione dei questionari di indagine • Realizzare strumenti di indagine