

## LENTE D'INGRANDIMENTO

Uno studio sulle nuove applicazioni dell'economia digitale, nate dallo sviluppo della nuova generazione di internet, il web 2.0, ha portato ad individuare la nascita di otto nuove figure professionali, le quali possono essere categorizzate a seconda della loro impiegabilità: in azienda, in società di consulenza o freelance. In passato, la prima generazione di Internet ha mostrato quanto il web sia stato di vitale importanza per lo sviluppo dei moderni mercati, sia finanziari che del lavoro. In particolare, dalla nascita di Internet si possono contare circa 320 mila nuove posizioni di lavoro. Tuttavia, è necessario prestare attenzione alla rapida evoluzione cui la rete va incontro: scenario già noto poiché accaduto con Internet 1.0 come protagonista, in cui professioni nuove ed innovative sono diventate obsolete in un arco di tempo molto breve, di fatto depotenziandole e rendendo alla portata di tutti o quasi,

abilità dapprima ritenute caratteristiche e proprie del mestiere. Poste queste premesse, la nostra lente d'ingrandimento esamina più da vicino le otto professioni citate precedentemente: quella in più rapida ascesa è il "community manager", in azienda colui che media la comunicazione del marchio verso l'esterno e filtra quella dell'utenza verso l'interno. Come il nome suggerisce, egli agisce nelle micro-comunità virtuali come forum, blog, social network professionali e non. Altra figura molto richiesta è il "transmedia web editor", colui che si occupa di produrre e gestire contenuti *web oriented*. Una professione che potrebbe trovare nuova linfa vitale grazie al web riguarda le pubbliche relazioni: nella nuova declinazione di "digital pr", il professionista di questo campo agirà in tempo reale rapportandosi costantemente con gli stakeholder. Le altre figure ricercate riguardano maggiormente la visibilità e la promo-

## I mestieri in web 2.0



zione del brand: gli "all-line advertiser" si occupano delle promozioni in rete; gli "e-reputation manager" gestiscono strategicamente discussioni circa l'azienda, il prodotto o il marchio; i "search engine optimizer" sono responsabili della visibilità e del posizionamento nei risultati restituiti dai motori di ricerca; ancora poco riconosciuti i "web analyst", che hanno il compito di interpretare il comportamento degli internauti e i "content curator", che si occupano di creare canali tematici selezionando e aggregando notizie e fonti da cui vengono estrapolate.

Fonte: Corriere della Sera, 7/9/2012

## INTERNAZIONALE

PERSONNEL Executive, partner InterSearch in Ucraina, si è aggiudicata il primo posto nella classifica stilata dal sito Head-hunter sulla base di oltre 200 interviste a HR manager di aziende locali e multinazionali operanti nel paese. "Siamo fieri di ricevere un così prestigioso riconoscimento anche perché questa classifica è una delle prime ad essere realizzate in Ucraina. Oltre ad aver conquistato il primo posto in classifica i nostri clienti ci hanno riconosciuto il primato anche in uno dei criteri di valutazione più importanti: la nostra attitudine alla cooperazione" ha commentato Alexander Golushko, Managing Partner di PERSONNEL Executive. "É la conferma che in vent'anni abbiamo lavorato davvero bene per acquisire una così alta reputazione tra le società di consulenza che operano sul mercato ucraino - e siamo intenzionati a



raggiungere risultati ancora migliori nel prossimo ventennio". Otto i criteri principali in base ai quali è stata stilata la classifica: Qualità di consulenti e researchers; Materiali presentati; Numero di candidati presentati; Qualità dei candidati presentati; Tempi di esecuzione; Rapporto prezzo/qualità; Supporto dopo l'ingresso del candidato prescelto in azienda; Impressione generale di cooperazione. Fondata nel 1993 e dunque pioniera nel settore della ricerca e selezione di personale qualificato in Ucraina, PERSONNEL ha iniziato a collaborare con InterSearch Worldwide nel 2002. Full member dal 2005, da allora ha chiuso con successo tutte le numerose ricerche cross-border che le sono state affidate nei più svariati settori.

## Personnel Executive

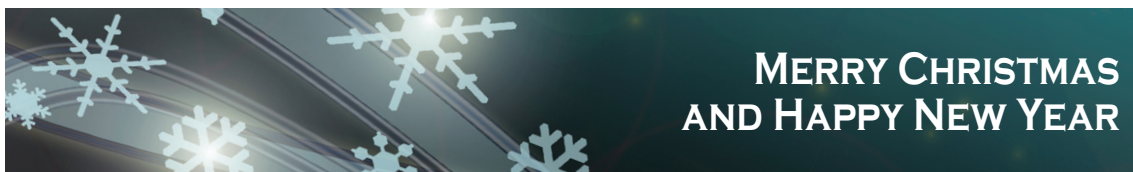
## FOCUS



Risk management, conoscenza dei clienti e cash flow sostenibile: secondo un recente studio riguardante il ruolo dei chief financial officer e dei cambiamenti a cui inevitabilmente sta andando incontro, queste sono le tre risorse indispensabili per guidare un'azienda verso la crescita. Un ulteriore elemento di importanza rilevante consiste nella capacità dei CFO di "leggere il mercato": essere in grado, quindi, di ottenere informazioni, elaborarle nel modo corretto e anticipare i trend sono fattori che permettono di ottimizzare le risorse e gestire al meglio criticità e priorità. I direttori finanziari, durante la fase di emergenza che stiamo attraversando, hanno cercato di limitare al minimo i danni, focalizzando la loro attenzione sul breve termine e sugli effetti immediati: l'approccio sopra delineato prevede una visione più ampia e maggiormente proiettata verso il medio-lungo periodo, resa possibile dalla maggiore importanza attribuita alla gestione del cash flow rispetto al passato, secondo il 72% dei CFO intervistati. La maggior parte di questi ultimi, considerando una strategia aziendale rivolta alla crescita, ritengono che il finanziamento a lungo termine sia decisamente significativo: l'attenzione rivolta a 12 e addirittura 36 mesi è considerata la più importante. La raccolta e l'analisi puntuale e precisa dei dati vengono considerate prioritarie dal 70%, mentre il 49% considera fondamentale un'attenta gestione del rischio.

Fonte: Il Mondo, 20/7/2012

## Il CFO e la crisi



**MERRY CHRISTMAS  
AND HAPPY NEW YEAR**