La responsabilità del digital manager durante la seconda ondata

Vorticidigitali è una rubrica settimanale a cura di **@andrea_boscaro** promossa da **Key4biz** e **www.thevortex.it**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**.
In queste settimane in cui stiamo rivivendo la delicata situazione della scorsa primavera, è necessario prepararsi, in una forma ancora più solida, ad affrontare ulteriori mesi di lavoro attraverso la Rete sia sul piano personale sia sul piano delle organizzazioni a cui apparteniamo o con le quali collaboriamo.

Chi si trova dunque a gestire la presenza online di un'azienda è dunque ancora più responsabile della continuità delle attività, di concerto con il management e con il reparto IT.

Il digital manager deve sempre più assomigliare a Giano Bifronte, con uno sguardo rivolto al mercato ed ai clienti ed uno concentrato sui processi interni, sulla possibilità tecnica e di competenze di lavorare da remoto che inevitabilmente diventerà per molti la regola da qui ai prossimi mesi.

Cosa dovrà fare il digital manager

Sul piano del business, molti digital manager dovranno inoltre maturare un piano strategico e sensibilità operative per:

- essere presenti sui *marketplace*, business to consumer e business to business;
- supportare l'uso di **Linkedin** e delle tecniche di social

selling da parte delle figure commerciali;

- definire con le risorse umane il perimetro di coinvolgimento a distanza dei colleghi e collaborare con l'IT per permettere l'accesso in sicurezza ai documenti aziendali;
- formare il personale a rendere proficui gli incontri online e condividere una netiquette perché la collaborazione sia veramente efficace;
- accrescere il tessuto di confronto con i fornitori di servizi digital, da quelli informatici a quelli più legati alla comunicazione, per implementare le decisioni prese;
- legittimare di fronte alla direzione i passi necessari e i relativi investimenti;

In queste settimane si vedrà quanto sia stato importante internalizzare le competenze digitali. Al contempo chi si occupa di *digital transformation* e di marketing ha oggi la responsabilità, sia che lavori in azienda che sia un libero professionista, di fare del proprio meglio perché mai come ora ciò che negli anni abbiamo progettato e comunicato deve essere di supporto ai clienti ed al tessuto produttivo del nostro Paese.

https://www.key4biz.it/la-responsabilita-del-digital-manager/327672/