

Internetowa gospodarka stworzyła nowe zawody

autor: **Maciej Suchorabski**, Gazeta Wyborcza 23.08.2016

Jeśli połączymy ciągle rozwijającą się gospodarkę internetową z dostosowanym do tych zmian marketingiem na naszej palecie zawodów pojawią się nowe pozycje. To wraz z rozszerzającym się dostępem do sieci, powstaniem mediów społecznościowych oraz dokonaniem się "smartfonowej rewolucji", na rynek pracy nagle wskoczyło mnóstwo ofert pracy na stanowisko o często niezrozumiałym dla przeciętnego obywatela znaczeniu.

Obecnie nowopowstające stanowiska łączą obszary związane z analizą, marketingiem, komunikacją i nowymi technologiami. Wraz z Aleksandrą Figurą, Sales, Marketing & Engineering Team Leaderem w firmie doradztwa personalnego People przedstawiamy listę ciekawszych zawodów odpowiadających nowemu trendowi na rynku pracy.

1. Digital marketing manager

Internet to współczesna mekka dla marketingowców i sprzedawców. Za zarządzanie całością obecności firmy w internecie odpowiada więc obecnie digital marketing manager. Osoba na tym stanowisku zajmować się będzie więc planowaniem strategii rozwoju marki w internecie, ocenianiem skuteczności działań marketingowych, pozyskiwaniem i utrzymywaniem ruchu na stronach czy zarządzaniem contentem. Praca w dużej części odbywać będzie się w środowisku social media, dlatego konieczna jest bardzo dobra znajomość najpopularniejszych serwisów społecznościowych.

2. E-commerce sales manager

W internecie firmy wynajdują coraz nowsze sposoby na generowanie tzw. leadów sprzedażowych, czyli w skrócie identyfikację potencjalnych klientów i docieranie do nich. To zadanie najczęściej przejmuje e-commerce sales manager. Odpowiada on między innymi za współtworzenie oraz realizację strategii rozwoju sprzedaży, prowadzeniem projektów związanych z rozwojem serwisu czy opracowaniem produktów oraz narzędzi na potrzeby rozwoju konkretnego kanału.

3. Content specialist

Często wsparciem dla digital marketing managera i e-commerce sales managera staje się content specialist. To kreatywna osoba, która bezpośrednio odpowiada za treści znajdujące się w Internecie.

4. Social media menager

Obecnie jednym z najlepszych kanałów dotarcia do klienta są social media. Co więcej, portale takie jak LinkedIn czy Facebook pomagają w budowaniu społeczności wokół produktu lub firmy. Często pojawiającym się stanowiskiem jest social media manager, a także jego nowa odmiana, która jeszcze rzadko występuje w Polsce, community manager. To osoba, która jest ambasadorem danej firmy lub marki i buduje wokół siebie komercyjną społeczność, będąc w ten sposób „łącznikiem” pomiędzy firmą/marką, a potencjalnymi klientami. Inną, coraz dynamiczniej rozwijającą się funkcją tych stanowisk jest tzw. employer branding, czyli budowanie wizerunku pracodawcy wśród potencjalnych pracowników.

5. Chief listening officer

Niejako rewersem roli digital marketing managera jest nowo powstałe, obecne dotychczas jedynie w kilku firmach w Polsce stanowisko chief listening officer, czyli „dyrektora ds. nasłuchu”. Rolą osoby na tym stanowisku jest śledzenie informacji na temat firmy i marki przekazywanych wśród klientów, aby móc na nie jak najszybciej reagować.

6. User experience designer

To kolejny nowy zawód, który funkcjonuje na styku różnych dziedzin. Osoby na tym stanowisku odpowiedzialne są za takie projektowanie aplikacji, stron internetowych, czy systemów, by były one jak najbardziej przyjazne dla użytkownika i jak najbardziej intuicyjne.

7. Data scientist i big data architect

Korzystanie z nowoczesnych narzędzi marketingowych w promocji ułatwia mierzenie rezultatów i wyciąganie wniosków pod kątem przyszłych działań. W analizie tych danych pomocny jest tzw. data scientist, czyli osoba, która zbiera odpowiednie dane i dokonuje ich profesjonalnej analizy. Informacji jest coraz więcej i wymagają one uporządkowania, selekcji za pomocą nowoczesnych metodologii. W tym celu powstało stanowisko big data architect, które obejmuje odpowiedzialność za tworzenie zaawansowanych narzędzi do ich systematyzacji.