



O novo marketing das profissões e competências digitais

No actual desafio, que é simultaneamente uma oportunidade de renovação e transformação, é fundamental que a formação acompanhe a própria realidade, sobretudo com uma forte aposta no Digital e Smart Learning

Nos últimos anos tornou-se notória a digitalização profissional do marketing, através de uma procura cada vez mais acirrada por profissionais que, além de possuírem uma especialidade académica, dominem vários idiomas, mas também ferramentas que lhes permitam navegar com fluidez na era tecnológica. Falamos de um mercado competitivo, onde sobressaem novos especialistas multifacetados com conhecimentos sobre dispositivos electrónicos, redes, segurança informática, e-commerce, análise de dados, social media, entre outros domínios, que se tornaram imperativo para organizações e pessoas que não queiram ficar para trás.

O Observatório do Grupo CEGOS, representado em Portugal pela CEGOC, conduziu um estudo europeu que identifica as principais tendências do mercado de trabalho. Assim, 89% dos directores de RH e L&D inquiridos acreditam que o desenvolvimento tecnológico vai alterar a sua forma de traba-

lhar, 35% pensam que pode mesmo aniquilar a sua actual função e 87% admitem ter começado a reflectir seriamente sobre o “skills gap risk” em curso e sobre como esta lacuna de competências pode impedir o desenvolvimento e a transformação das organizações.

Para fazer face a este novo panorama que desafia empresas e colaboradores, 79% dos inquiridos acreditam que a formação e a aprendizagem ao longo da vida são a solução, nomeadamente ao nível do desenvolvimento das soft skills mais procuradas pelos recrutadores: colaboração remota, comunicação digital, agilidade e adaptabilidade, criatividade e sentido de inovação, espírito de iniciativa e empreendedorismo, organização eficaz do trabalho e capacidade de (re)aprender a aprender.

Tendo em conta que pessoas e tecnologia precisam de trabalhar em conjunto de forma inteligente e eficaz, num novo ambiente de trabalho cada vez mais conectado em rede -



com equipas múltiplas, ágeis, fisicamente remotas e multiculturais – e também pauta-do por comunidades virtuais, redes sociais, conteúdos multimédia, novos comportamentos de compra e formas como os consumidores estão a escolher relacionar-se com as marcas, estas são algumas das profissões que prometem vir a ser indispensáveis a qualquer organização com a ambição de ver o seu departamento de marketing vingar:

- **Marketing Manager:** Garante a promoção de um produto ou serviço desde a concepção da estratégia até à implementação. Conhece o mercado em que planeia estabelecer presença, é imperativo que conheça as necessidades dos clientes e a concorrência.

- **Responsável de Comunicação Digital:** Combina comunicação, marketing e criatividade para transmitir uma imagem positiva da organização através da internet. O âmbito de actuação inclui a comunicação externa, mas também interna da organização.

- **Assistente de Marketing e Comunicação:** Trabalha em colaboração com designers, vendedores e marketing. Desempenha um papel fundamental na produtividade, participando no desenvolvimento de serviços/produtos, da concepção à comercialização.

- **Gestor de Marketing Digital:** Lidera os vários projectos digitais relacionados com a estratégia empresarial e acompanha tendências e novas tecnologias, dominando ferramentas como display, SEO, e-CRM, tracking, redes sociais, AdWords e mailing.

- **Social Media Manager:** É responsável pela estratégia digital da empresa nas redes sociais. Está atento a novos comportamentos de compra e oportunidades, analisando ainda as acções dos concorrentes.

- **Digital Manager:** Procura melhorar a visibilidade na internet, através do aumento da taxa de conversão e facturação através do site, realização de campanhas de e-mail marketing, optimização do CRM, gestão de conteúdos digitais e definição da estratégia SEM.

- **Traffic Manager:** Optimiza o tráfego em sites para atrair potenciais clientes e aumentar vendas online. Domina competências de webmarketing para melhorar a visibilidade

das páginas do site e tem a seu cargo a análise e interpretação de KPI e ROI.

- **UX Designer:** Incorpora o storytelling na experiência do cliente em vez de simplesmente expor os argumentos da marca/produto. Através de um Customer Journey Map, analisa as necessidades dos utilizadores a fim de satisfazê-las e tornar o site acessível e responsivo.

- **Digital Project Manager:** Coordena operações relacionadas com o Marketing Digital, mas trabalha com developers, designers gráficos, webmasters, editores, entre outros, para desenvolver projectos das especificações à implementação online.

- **Gestor de produto:** Acompanha todas as fases da vida de um produto, está atento aos estudos de mercado (e à concorrência) e define os hábitos de consumo e a evolução das expectativas dos clientes.

- **Responsável de e-commerce:** A sua função abrange Vendas, Marketing e Gestão Web. Pode ter uma loja online no site da empresa ou estar presente em redes sociais e outras plataformas. Domina competências de SEM, SEO, mailing, display, redes sociais, entre outras.

- **Customer Relationship Manager:** É um elemento fundamental para Gestão, Comunicação e Marketing, pois assegura que as necessidades do cliente são satisfeitas, tornando-se garante da rentabilidade dos serviços da sua equipa.

A crise actual já começou a alterar as metodologias de trabalho de empresas e colaboradores, obrigando-nos a um esforço extraordinário de adaptação e aprendizagem contínua. Mas neste desafio é fundamental que a formação acompanhe a realidade, sobretudo com uma forte aposta no Digital e Smart Learning, que permite acompanhar de forma eficaz e flexível o ritmo acelerado da transformação tecnológica e digital dos mercados, encurtar a curva de aprendizagem, assim como envolver os colaboradores pela sua capacidade de personalização (através de formatos como webinars, módulos de e-Learning, classes virtuais, sessões de e-Coaching, actividades práticas On-Job, entre outras actividades 100% online). É com base nestas premissas que a CEGOC está optimista quanto ao que seremos capazes de fazer com o futuro cada vez mais digital que aí vem. ■



Catarina Correia, head of Marketing & Communication da CEGOC

Empregos emergentes

O “Emerging Jobs Report 2020” do LinkedIn, por exemplo, apresenta entre as 15 profissões do futuro várias relacionadas directamente com o marketing, como Customer Success Specialist, Sales Development Representative, Back End Developer, Chief Revenue Officer ou Java Script Developer. Já o World Economic Forum acredita que as oportunidades de trabalho dos próximos anos vão passar por sete grandes áreas, que incluem Data, Inteligência Artificial, Cloud Computing, Product Development, Green Economy e, claro, Marketing, Vendas e Conteúdos Digitais.