

La resiliencia de las profesiones digitales en entornos de incertidumbre

La digitalización se ha acelerado de golpe y las organizaciones de cualquier sector o tamaño han tenido que desplegar de manera urgente el teletrabajo, la gestión y la comunicación interna en plataformas digitales, así como impulsar canales digitales. Ante esta necesidad, las profesiones digitales son y serán las más demandas en el regreso paulatino a la actividad económica.

Todavía estamos asumiendo el impacto sin precedentes de la pandemia en nuestra salud y modo de vida de nuestra sociedad, pero también en el empleo y en las nuevas formas de trabajo. Las organizaciones de cualquier sector o tamaño han tenido que desplegar de manera urgente el teletrabajo, la flexibilidad, la fluidez, la colaboración y el liderazgo en plataformas digitales y digital *workplaces*.

Los ciudadanos de cualquier edad estamos utilizando Internet para relacionarnos, cuidarnos, comunicarnos, informarnos, comprar, colaborar, entretenernos como nunca lo habíamos hecho. Las organizaciones, por su parte, han tenido también que impulsar velozmente una nueva cultura más ágil e innovadora, capaz de incorporar la tecnología para mejorar la experiencia digital del cliente y desplegar negocios digitales. Las que han conseguido adaptarse a esta nueva realidad han demostrado ser más resilientes. En cambio, las empresas no esenciales, que no disponían de *e-commerce* ni de servicios digitales, han visto congelado su negocio en los meses de confinamiento.

Los profesionales que necesitamos hoy no solo deben tener los conocimientos digitales más actualizados, sino que deben tener competencias digitales clave como el teletrabajo, la colaboración, la comunicación, la innovación, la agilidad..., un digital *mindset* que les permita aprender, así como adaptarse de manera permanente.

En esta nueva normalidad, la mayor parte de los cambios estructurales que se están produciendo en el 100% de las empresas están relacionadas con la necesidad de estos profesionales digitales:

- Consolidación del canal online.
- Nuevas exigencias de compra digitales y multicanal (digitalización de la tienda, servicios y contenidos digitales).
- Modelos de compra y/o de producción de productos con menor riesgo (desglobalización, analítica predictiva).
- Aceleración del cambio en el Marketing Mix hacia el Marketing Digital (RRSS, influencers, plataformas de contenidos, catálogos digitales, SEO/SEM, ADS, comunidades, email, Digital Brand)

En este contexto hemos lanzado el nuevo [Estudio Top 25 Profesiones Digitales 2020](#) elaborado por Inesdi Digital Business School, en colaboración con Íncipy Digital Disruption Partner, que este año alcanza su octava edición. Un estudio que pretende ayudar a empresas y ciudadanos a entender las profesiones digitales, su misión, funciones, competencias y banda salarial de cada una de ellas, dando a conocer la evolución del mercado laboral.



Digital Marketing Manager

Un año más, el Digital Marketing Manager se mantiene como el perfil digital más solicitado por las empresas, seguido del Digital Account Manager, Community Manager, Digital Communication & Brand Manager y SEO Content Manager. Estas profesiones son y serán las más demandadas en el regreso paulatino a la actividad económica.

Sin embargo, van a ir evolucionando con la incorporación de nuevos habilitadores tecnológicos, como la inteligencia artificial y la tecnología en el ámbito del marketing. Así mismo, el eCommerce Manager de nueva generación va a dispararse en su demanda por una clara necesidad de lanzamiento y crecimiento de los canales de venta online en todas las empresas de cualquier tamaño y sector.

Los resultados del informe, así mismo, muestran cómo las posiciones digitales generalistas ceden terreno a las especializaciones que surgen en torno a ellas y aparecen por vez primera posiciones necesarias como la de CRO Specialist (especialista en conversión web) y Trafficker Digital (experto en gestión de campañas y tráfico online en RRSS) porque, en este nuevo contexto, ya no basta con tener presencia en el medio digital, sino que es necesario tener negocio digital optimizando los resultados de la inversión realizada.

Dentro del ámbito del Marketing Digital, el componente tecnológico adquiere una mayor relevancia. La exigencia de captar la atención del usuario ya no pasa únicamente por articular campañas de comunicación y publicidad sino también se vuelve necesario desarrollar una estrategia de marketing tecnológico para conseguir el impacto adecuado a través de los diferentes canales de comunicación. Una tecnología que cada vez más requiere que esté unida a la creatividad como muy bien lo representan los expertos en Marketing Technology, Tecnocreativos o Expertos Growth Hacking.

Sin ninguna duda, la previsión en base a nuestro último estudio y los datos actuales es que tendremos un incremento considerable en la demanda de las profesiones digitales. Sabemos que lo único permanente es el cambio y, después de más de 10 años capacitando a profesionales para que afronten sus retos digitales, hemos constatado que estos perfiles tienen una alta empleabilidad. Profesionales digitales, apasionados de la innovación y el mundo digital, con una gran especialización, pero que no pierden de vista la estrategia global.

Nuestro claro propósito en esta nueva realidad es seguir capacitando para que cualquier ciudadano pueda asumir los retos digitales de una nueva realidad que le abrirán miles de oportunidades para construir la vida que desea. Desde la empleabilidad, hoy más que nunca.