

Il ruolo chiave del Social Media Manager

A cura di Ilaria Solazzo

Social Media Manager: il cuore strategico della comunicazione digitale

In un'epoca in cui il digitale permea ogni aspetto della nostra vita, la comunicazione online si è trasformata in una vera e propria arte strategica. Le aziende e i professionisti si trovano oggi davanti a una sfida continua: come emergere in un contesto social sempre più affollato, rapido e complesso? Il social media manager è diventato una figura chiave, un professionista che non si limita a pubblicare contenuti, ma che progetta, coordina e misura ogni aspetto della presenza digitale di un brand.

Luigi Paciello è uno dei professionisti di riferimento in questo ambito. Con un'esperienza consolidata nella gestione di strategie digitali per realtà diverse, dalla moda alla tecnologia, Luigi ha assistito in prima persona all'evoluzione del ruolo del social media manager da semplice operatore tecnico a vero e proprio consulente strategico. Nella sua visione, la gestione dei social media non è solo questione di numeri e algoritmi, ma una questione profondamente umana: saper raccontare storie autentiche, creare dialoghi e costruire relazioni di fiducia con le persone.

Questa intervista si propone di esplorare non solo le competenze e le sfide di questa professione, ma anche il suo impatto nella società contemporanea e le prospettive future, fondamentali per chiunque voglia capire il valore della comunicazione digitale oggi.

Intervista a Luigi Paciello, Social Media Manager: il ruolo strategico nell'era digitale



Luigi Paciello social media manager di TCS Onlus

Buongiorno Luigi, la ringrazio per aver trovato il tempo di parlare con noi oggi.
Buongiorno a lei, è un piacere poter condividere il mio lavoro e la mia esperienza.

Iniziamo dalla prima domanda. Può spiegare ai nostri lettori che cosa fa esattamente un social media manager?

Il social media manager si occupa di gestire e coordinare la presenza online di un'azienda, un brand o un professionista sui vari social network. Il suo compito è creare contenuti mirati, pianificare strategie di comunicazione e monitorare i risultati per migliorare la visibilità e l'interazione con il pubblico.

Qual è secondo lei l'importanza di questo ruolo nella società attuale?

In un mondo sempre più connesso, la comunicazione digitale è diventata fondamentale. Il social

