

L'idea L'influencer non è più autodidatta: ora il nuovo mestiere si studia all'università

LA TENDENZA

Altro che calciatore e veterinaria, pompiere o astronauta: oggi il sogno dei giovani italiani è fare l'influencer. Diventare personalità tanto credibili sui social network da influenzare gli acquisti. L'esercito degli aspiranti aumenta di pari passo con l'importanza dei nuovi strumenti e delle nuove tecnologie, ma con l'incremento del giro d'affari attorno a queste figure.

L'influencer marketing muove un business da 3 miliardi e ne varrà 10 nei prossimi anni. Se all'inizio della "bolla" bastava raggiungere un certo numero di follower su Instagram o di fan su



A destra, Danilo Iervolino (Università Telematica Pegaso) e Gianluca Perrelli (Buzzoole Italia)

Facebook, «oggi - spiega Gianluca Perrelli, chief Marketing officer di Buzzoole Italia - Essere un professionista, come per ogni altra posizione, richiede studio e impegno». Per questo Buzzoole - un influencer marketing solution provider - ha presentato la propria Academy in partnership con l'Università Telematica Pega-

so, specializzata nella formazione universitaria online. L'ateneo metterà a disposizione un nuovo percorso didattico con un'offerta dedicata all'influencer marketing e rivolta a creator e aspiranti tali.

I CANALI

La collaborazione prevede un totale di dieci corsi, tutti disponibili online sulla piattaforma Pegaso «che si avvale di tecnologie tra le più avanzate d'Europa e di strumenti e applicazioni multicanali, come tools interattivi, chat istantanee con i docenti e tra gli studenti, forum d'aula, fino ad arrivare alla gamification» racconta Danilo Iervolino, presidente dell'Università. I corsi andranno



a ricoprire tematiche orizzontali, come l'acquisizione delle competenze di base, e verticali, in settori specifici tra cui Fashion, Tech, Food e Travel, Photography, utili a trasformare una professione nata come un gioco in un reale modello di business imprenditoriale.

Francesco Malfetano