

# LA «VOCE» DELLO STUDIO PROFESSIONALE

1

## LA FORMAZIONE

Necessaria una laurea, meglio se in giurisprudenza o economia, o in scienze della comunicazione. Ma si deve conoscere anche l'abc del marketing e della comunicazione

2

## LE TECNOLOGIE

Bisogna conoscere bene gli strumenti digitali e le loro funzioni

3

## LE MANSIONI

Richiesta estrema elasticità e anche velocità, predisposizione al problem solving e una buona dose di creatività

4

## LE SOFT SKILLS

Il ruolo porta al continuo confronto. Richiesti un carattere estroverso, una buona dialettica e la tenuta allo stress