

Маркетолог – это специалист, который изучает поведение потребителей, их предпочтения и потребности.

В чем заключается работа?

В обязанности маркетолога входит оценка того, будет ли востребован продукт на рынке, предложение оптимальных вариантов продвижения и популяризации этого продукта, анализ деятельности конкурентов, разработка мероприятий, направленных на привлечение клиентов.

Данная профессия получила свое распространение в России сравнительно недавно. Тогда, когда успешность торговли стала сильно зависеть от профессионального подхода к ней.

Свою работу маркетолог начинает намного раньше, прежде чем продукт поступит в продажу. До того, как его увидят первые покупатели, маркетолог должен определить, кто будет являться основным потребителем, какие есть потенциальные конкуренты, установить, какова емкость рынка.

В среднем и малом российском бизнесе чаще всего востребованы специалисты, пришедшие в маркетинг из смежных областей, а также специалисты «универсалы». В этом случае вам нужно быть готовыми к тому, что придется самостоятельно заниматься следующей работой:

- Проведение мониторинговых исследований
- Участие в разработке новых товаров и услуг
- Брендинг
- Анализ продаж
- Разработка маркетинговых стратегий
- Разработка программ лояльности клиентов, а также всевозможных акционных предложений
- Заказ и контроль выхода рекламы, полиграфической продукции

В более крупных или иностранных компаниях маркетингом занимается целый отдел. В него могут входить следующие специалисты:

- Маркетолог-аналитик – сбор и анализ информации
- Маркетолог-экономист – несет ответственность за политику ценообразования
- Product-manager – анализирует сильные и слабые стороны продукции, исследует продукцию конкурентов. Должен разбираться во всех нюансах и тонкостях своего продукта.
- Event-manager – планирует и осуществляет мероприятия по распространению и повышению узнаваемости продукта, участвует в различных выставках, пресс-конференциях.
- BTL-менеджер – придумывает и осуществляет промо-акции компании, к примеру, дегустаций.
- Бренд-менеджер – как правило, это руководитель отдела маркетинга, координирует работу всех его сотрудников, занимается стратегическим планированием, контролирует ход рекламных компаний, проводит масштабный анализ рынка и конкурентной среды, устанавливает планы продаж и контролирует их выполнение и много другое.

Косвенное отношение к отделу маркетинга имеют также мерчендайзеры и промоутеры.

- Мерчендайзер – специалист, руководящий продвижением товара непосредственно в магазинах (он по определенному принципу выкладывает товар на полки, размещает промо-материалы и т.п.). При этом он должен разбираться в типичном поведении человека, пришедшего за покупками, маршрутах передвижения по магазину, особенностях распределения внимания и пр.
- Промоутеры – привлекают потенциальных клиентов, вручая им рекламные листовки, проводя дегустации, и пр.

Качества, необходимые маркетологу:

- Аналитический склад ума
- Умение работать с большим количеством информации
- Высокий уровень интеллекта
- Гибкость мышления
- Хорошая память
- Активность
- Постоянное самообучение
- Лидерские качества (для руководителей)

Что нужно знать и уметь?

Навыки в области построения моделей, анализа, прогнозирования, умение использовать программу Excel, владение различными маркетинговыми инструментами, навыки бюджетирования. Довольно часто требуется владение английским языком.

О. Кокоулина