

МАРКЕТОЛОГ – не профессия, или как не стать менеджером по визиткам

Выступление Вороного А.А. перед студентами
маркетинговых специальностей на научно-практической
конференции в СПбГИЭУ (октябрь 2010)



Разрешите представиться:

Алексей Вороной

- ⦿ исследователь рынка с 10-летним стажем
- ⦿ преподаватель кафедры маркетинга
ИНЖЭКОНА

«Как не стать менеджером по визиткам?»

Актуальна ли тема? Думаю, да.
Многим из вас скоро искать работу.



Цели моего выступления

- Обозначить, каково нынешнее положение маркетинга.
- Наметить варианты карьерного роста и профессионального развития начинающего маркетолога.



Оглянись: как чудно всё начиналось!..

Как здорово заниматься маркетингом на растущих рынках!

- ⦿ признание и уважение;
- ⦿ драйв;
- ⦿ зарплаты и бонусы (до 80-100 тыс.руб.)

- ⦿ *Чего бояться?*
 - Растущий рынок прощает ошибки.

- ⦿ *Зачем оценивать эффективность?*
 - Достаточно демонстрировать кипучую деятельность, раздувать щеки и рулить бюджетом.



И что мы имеем теперь?

VIII МОСКОВСКИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ БИЗНЕС-ФОРУМ TOP-MM МАРКЕТИНГ 2010: ЭВОЛЮЦИЯ

Маркетинг понес существенные потери за последние полтора года. В первую очередь, репутационные. В условиях «ближнего боя», когда падали продажи, и деньги нужны были СЕЙЧАС, во многих компаниях маркетинг оказался почти бесполезен. И теперь, когда ситуация стабилизируется, маркетинговые бюджеты не возвращаются в полном объеме. Восстанавливать доверие придется еще долго.

В то же время мы видели примеры того, как отдельные компании и отрасли успевали быстро перегруппироваться, отреагировать на возмущения рынка новыми продуктовыми предложениями и новыми коммуникационными стратегиями.

Отчасти поэтому, отчасти в силу серьезных тектонических подвижек на рынках, выяснилось, что кризис - у каждого свой. В некоторых сегментах он давно кончился, а игроки сумели вырасти и заработать в период турбулентности. У кого-то кризис, напротив, только начинается. Бесполезно искать общую кривую: V, W, или даже L – сегодня эта буква у каждого своя.

Где новые возможности роста? Каким стал сегодняшний потребитель? Что мы упускаем? Как маркетинг должен отвечать на новые вызовы? Насколько изменились задачи? Как теперь подобрать под них инструменты? Как маркетингу соответствовать новым, более жестким критериям эффективности, восстановить доверие акционеров и внести достойный вклад в посткризисное развитие компании? Чтобы найти ответы на эти и другие вопросы, 350-400 руководителей маркетинговых департаментов **потребительского и промышленного рынков** соберутся **12 и 13 октября** в Москве на VIII Московском Маркетинговом Бизнес-Форуме TOP-MM.

Маркетинг не для забавы, а для продаж!

Игры в бренды закончились,
руководство хочет и требует:

- дай продажи **сегодня!**
- дай продажи **завтра!**



С маркетолога готовы содрать
три шкуры. Будьте к этому готовы!

Как строить карьеру?



Ограничение: мы не будем рассматривать «топовые» маркетинговые позиции.

Пляшем от рынков и размеров компаний



- ◉ **B2B. Рынок товаров производственного или промышленного назначения**
– рынок товаров и услуг для предприятий, которые используют товары в процессах производства, перепродают и т.п.



- ◉ **B2C. Потребительский рынок**
– рынок товаров и услуг для граждан, которые используют товары для личного потребления.

Матрица факторов успеха на рынке труда

	Рынок B2B	Рынок B2C
Крупное предприятие	Знание продукта и рынка	Специализация на выполнении какой-либо функции
Небольшое предприятие	Нет штатных единиц	Мастер на все руки (тупиковый вариант)

Рынки разные – и маркетинг разный

	КФУ специалиста по маркетингу	Где «куётся» маркетинг
B2B	Продукт и рынок	Внутри
B2C	Специализация на какой-либо функции	Внутри и снаружи (компания + агентство)

Предприятие рынка B2B

ОСОБЕННОСТИ:

- ◉ Маркетинг – внутри.
- ◉ Главный по маркетингу – директор по продажам/сбыту.
- ◉ Функции маркетинга «размазаны» по штату.

- ◉ Кого особенно ценят:

Маркетолога-аналитика

- ◉ Кого обычно легко заменить:

Менеджера по продвижению и рекламе
(менеджер «по визиткам»)

Компания рынка B2C

ОСОБЕННОСТИ:

- ◉ Маркетинг внутри и снаружи (компания + агентство).
- ◉ Главный по маркетингу – директор по маркетингу и сбыту, бренд-менеджер, директор по развитию.
- ◉ Функции маркетинга привязаны к конкретным специалистам (четкая система).

- ◉ Кого особенно ценят:

Специалиста в своей области

- ◉ Кого обычно легко заменить:
«Менеджера-передаточное-звено»

Промежуточные выводы

1. На небольшом предприятии у маркетолога мало перспектив роста. Это касается и B2B, и B2C рынков, но не относится к агентствам.
2. На крупном предприятии перспективы есть всегда. Важно понять, где и в чем ты хочешь расти.
3. Целесообразно рассмотреть работу на агентской стороне (маркетинговый подрядчик). Это тоже интересная перспектива.

Навыки и компетенции маркетолога

- ◉ Работа с информацией: поиск, систематизация, анализ, гипотезы, расчеты, прогнозы, графики.
- ◉ Работа с людьми, коммуникация: потребители и покупатели, продавцы, конкуренты, коллеги, контактные аудитории, маркетинговые подрядчики.
- ◉ Презентационные навыки: умение донести суть, сформулировать мысли, написать продающие тексты, выступить перед аудиторией.
- ◉ Креатив / творчество: генерация идей, визуализация задумок.



Знания маркетолога

- ⦿ маркетинг
- ⦿ экономика
- ⦿ финансовый анализ
- ⦿ бух. учет
- ⦿ математика
- ⦿ статистика
- ⦿ социология
- ⦿ психология
- ⦿ дизайн
- ⦿ интернет-технологии
- ⦿ специализированное ПО
- ⦿ иностранный язык

Кем можно трудоустроиться?

The screenshot shows the hh.ru website interface. At the top left is the logo 'hh ru HeadHunter'. Below it is a login section titled 'Вход на сайт' with fields for 'Электронная почта' and 'Пароль' (with a 'Забыли пароль?' link), a 'запомнить' checkbox, and a 'Войти' button. Below the login section is a 'Зарегистрироваться' link. On the right side of the top navigation bar are links for 'Поиск вакансий', 'Поиск сотрудников', 'Советы', and 'Курсы'. The main search area has a text input field with the placeholder 'Найдите вакансии по ключевому слову: менеджер по продажам' and a 'Расширенный поиск' link. Below the input field is a dropdown menu set to 'Маркетинг/Реклама/PR' and a salary field 'Зарплата: [] руб.'. A 'Найти работу' button is on the right. Below these are two columns of checkboxes under the heading 'Специализации:'. The left column includes: Below The Line (BTL), Аналитик, Ассистент, Верстальщик, Интернет маркетинг, Консультант, Менеджер по работе с клиентами, Мерчендайзинг, Начальный уровень/Мало опыта, Планирование, Размещение рекламы, Проведение опросов, Интервьюер, Производство рекламы, Радио реклама, Таинственный покупатель, Торговый маркетинг(Trade marketing), and Управление проектами. The right column includes: PR, Маркетинговые коммуникации, Арт директор, Бренд-менеджмент, Дизайнер, Исследования рынка, Копирайтер, Менеджмент продукта (Product manager), Наружная реклама, Печатная реклама, Политический PR, Продвижение, Специальные мероприятия, Промоутер, Рекламный агент, Телевизионная реклама, and Управление маркетингом. At the bottom left is a 'Помоги своему резюме' link with a document icon and a 'POWERLEXIS' logo.

hh ru
HeadHunter

Поиск вакансий | Поиск сотрудников | Советы | Курсы

Найдите вакансии по ключевому слову: менеджер по продажам [Расширенный поиск](#)

Маркетинг/Реклама/PR | Зарплата: руб.

Специализации:

- Below The Line (BTL)
- Аналитик
- Ассистент
- Верстальщик
- Интернет маркетинг
- Консультант
- Менеджер по работе с клиентами
- Мерчендайзинг
- Начальный уровень/Мало опыта
- Планирование, Размещение рекламы
- Проведение опросов, Интервьюер
- Производство рекламы
- Радио реклама
- Таинственный покупатель
- Торговый маркетинг(Trade marketing)
- Управление проектами
- PR, Маркетинговые коммуникации
- Арт директор
- Бренд-менеджмент
- Дизайнер
- Исследования рынка
- Копирайтер
- Менеджмент продукта (Product manager)
- Наружная реклама
- Печатная реклама
- Политический PR
- Продвижение, Специальные мероприятия
- Промоутер
- Рекламный агент
- Телевизионная реклама
- Управление маркетингом

Вход на сайт

Электронная почта

Пароль [Забыли пароль?](#)

запомнить

[Войти](#)

[Зарегистрироваться](#)

[Помоги своему резюме](#)

POWERLEXIS

Вакансия: руководитель аналитической группы исследовательской компании

- ◉ высшее образование в сфере маркетинга, психологии или социологии;
- ◉ опыт работы в крупных исследовательских агентствах более 2-х лет;
- ◉ английский язык на уровне Upper Intermediate;
- ◉ навыки работы со специальными программными продуктами (SPSS, Statistica);
- ◉ глубокие знания методологии маркетинговых исследований;
- ◉ развитые аналитические способности;
- ◉ умение работать с большими объемами информации.

Вакансия: маркетолог-аналитик производственного предприятия (1/3)

1. Образование

- Высшее: маркетинговое/экономическое/техническое/физико-математическое;
- Дополнительное образование по практическому маркетингу в западной школе будет вляться заметным преимуществом.

2. Общие профессиональные требования

- Написание аналитических и презентационных работ на высоком современном уровне;
- Знание и практическое применение современных моделей стратегического маркетингового планирования;
- Знание и практическое применение методик кабинетных и полевых исследований.
- Знание математических моделей прогнозирования;
- Владение пакетом SPSS или Statistica.
- Знание отраслевой специфики присутствия предприятия: понимание азов проектирования, производства, инсталляции и обслуживания приборов и средств автоматизации; знание азов метрологии, радиоэлектроники и микропроцессорной техники.

Вакансия: маркетинголог-аналитик производственного предприятия (2/3)

3. Функционал

Внешний анализ

- Сбор, систематизация, анализ информации из различных источников о рынке, конкурентной среде, поставщиках, потребителях – на уровне РФ и локальных рынков;
- Оценка макропоказателей рынков присутствия предприятия: емкость, потенциал (техническая потребность), рыночная доля;
- Построение прогнозных оценок развития рынка и описание сценариев развития рынков;
- Построение прогнозных оценок сбыта продукции по всей ассортиментной матрице.

Внутренний анализ

Маркетинг-микс.

- Проведение продуктового анализа: ABC, XYZ, BCG-анализ;
- Проведение ценового анализа, анализ финансовых показателей (прибыльность, рентабельность);
- Проведение анализа и определение эффективности сбытовых каналов;
- Проведение анализа комплекса продвижения и оценка его эффективности.

Вакансия: маркетолог-аналитик производственного предприятия (3/3)

Анализ внутренних ресурсов предприятия

Маркетинговая информационная система (МИС)

- Ведение БД (CRM-модуль Ахарта, OLAP-кубы), составление отчетов для принятия управленческих решений; Ведение базы знаний предприятия;
- Разработка инструментария для проведения исследований, определение требований к маркетинговой отчетности специалистов других служб;
- Разработка ТЗ для проведения сторонних маркетинговых исследований и их сопровождение.

Организационный маркетинг

- Диагностика проблем бизнесов предприятия;
- Подготовка проектов типовых управленческих решений: маркетинговых программ в отношении расширения ассортиментной матрицы, продвижения; разработка ТЭО при совместном участии со специалистами других служб в отношении новых рынков и новых продуктов.

Участие в ключевых мероприятиях отрасли

- Участие в рекламно-выставочных мероприятиях;
- Участие в семинарах, конференциях.

Внимание!

НЕТ ТАКОЙ ПРОФЕССИИ – МАРКЕТОЛОГ!

Но **есть**:

- ◉ Специалист по торговому маркетингу
- ◉ Специалист по интернет-маркетингу
- ◉ Исследователь рынка
- ◉ Специалист по стратегическому планированию (консультант)
- ◉ Специалист по медиапланированию
- ◉ ...

Есть и более глубокие специализации.

Как искать работу?

Готовишь резюме?

- Не пиши «хочу работать маркетологом».

Изучаешь вакансии?

- Узнай, что стоит за вакансией «маркетолог» или «менеджер по маркетингу»?

- что это за компания;
- под чьим началом будешь работать;
- какой функционал заложен в эту должность.

Совет напоследок

Придите к специализации заранее,
до момента трудоустройства!

- ⦿ стажироваться,
- ⦿ работайте фрилансерами,
- ⦿ участвуйте в конкурсах и деловых играх,
- ⦿ ходите на семинары и конференции,
- ⦿ наполняйте свое резюме!

И все будет ОК :)



Благодарю за внимание и ...

... Ваши вопросы?

Алексей Вороной
voronoy [at] infowave.ru