

ПРОФЕССИЯ МАРКЕТОЛОГ

Анализ рынка

Тенденции постоянно меняются абсолютно на любом рынке. И за этим обязательно нужно следить. Это и есть одна из основных функций маркетолога – следить за движением рынка. К основным инструментам этой функции маркетолога можно отнести: слежение за периодикой, анализ конкурентов рынка, социальные опросы.

Сотрудничество с клиентами

Да, самое главное не «работать», а «сотрудничать» с клиентами. Маркетолог должен понимать, что конкретно необходимо каждому клиенту. Анализ каждого клиента откроет перед Вами множество дверей. Необходимо прекрасно понимать главное отличие вашей компании от конкурентов. Здесь необходимо иметь объективную оценку.

Анализ конкурентной среды

Большую часть времени необходимо уделять конкурентной среде, поскольку это Ваш основной соперник. Необходимо точно понимать, какова ценовая политика той или иной компании, которая работает с Вами в одном сегменте.

Инструментов для анализа конкурентов очень много: пресс-релизы компании, отзывы клиентов о их продукции, тайные покупатели, новости и прочее.

Поиск новых путей привлечения клиентов

Обязанности маркетолога на предприятии – искать новых клиентов, и чем больше, тем лучше. Не забываем, что одним из самых эффективных способов по привлечению новых клиентов остается рекламная кампания. Если Вы маркетолог, то Вы обязаны разбираться в хорошей рекламе и уметь её делать.

Анализ денежных средств

И последняя обязанность маркетолога, это работа с денежными потоками. Действительно хороший маркетолог сможет рассчитать обороты компании, а также обороты конкурентов и рынка в целом.

Личные качества маркетолога

Пожалуй, самое главное, маркетолог должен обладать математическим кладом ума. Такой человек просто обязан легко пользоваться методами индукции и дедукции.

Вся сложность состоит в том, что маркетолог должен уметь мыслить, как логически, так и творчески. Эта профессия подразумевает и творческие навыки, ведь Вам придется придумывать новые подходы для достижения той или иной цели (например, провести яркую рекламную кампанию).

Никто не говорил, что подобный вид профессии очень легкая работа. Только представьте, за один день Вам может придется придумать креативную рекламу включив все свое творчество, и в этот же день сделать четкие расчеты по эффективности этой идеи.

В итоге, чтобы стать отличным маркетологом, Вам понадобятся знания во многих областях разных направлений. Если Вы занимаетесь продвижением продукта, это вовсе не значит, что Вам не понадобятся математические расчеты.



25 ОКТЯБРЯ – ДЕНЬ МАРКЕТОЛОГА

**С ДНЕМ МАРКЕТОЛОГА!
ПУСТЬ ИДЕИ РАСЦВЕТАЮТ!**



Интересные факты

- Первые лекции по маркетингу прошли в начале XX века в Америке. Новаторами стали Калифорнийский, Мичиганский и Иллинойский университеты.*
- В 1931 году открылась Всесоюзная академия внешней торговли. Именно она смогла подарить миру первых выпускников-специалистов в области маркетинга и менеджмента в то время, когда в остальных экономических высших учебных заведениях еще даже не слышали о таких профессиях. В 2011 году вуз отметил свое восьмидесятилетие.*



- Профессия маркетолога, по исследованиям журнала «Форбс» (Forbes), считается одной из самых ненавистных. Наравне с ней стоят такие специальности, как ведущий веб-разработчик, технический специалист и специалист технической поддержки.*
- Самыми удачными маркетинговыми ходами считаются леденцы на палочке «Чупа-чупс», изображение верблюда на пачке сигарет «Кэмел» и реклама батончиков «Сникерс» для подростков.*

День маркетолога отмечается 25 октября. Этот праздник справляют неофициально в России, Украине, Беларуси и других странах СНГ. В торжествах участвуют маркетологи, будущие выпускники кафедр маркетинга в университетах, институтах и колледжах.

История и традиции праздника

Праздник не закреплен на официальном уровне. Дата проведения торжеств имеет символическое значение. 25 октября 1975 года было создано Управление по маркетингу и рекламе в Министерстве Внешней Торговли СССР. На него была возложена задача продвигать отечественную продукцию на зарубежные рынки.

В этот день проходят научно-практические конференции, съезды, форумы. Руководство компаний организует корпоративы, проводит конкурсы, поощряет лучших сотрудников. Студенты кафедр маркетинга вузов устраивают выступления, конкурсы.

С Днём маркетолога!



advertising
PR
marketing
creative
in industry
of media
direct public
development
to or with
as sector
work agencies
can management
research

TRUDUA