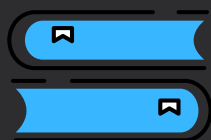


Give away số thứ năm

Group: Marketer With Love

SHOW
yourself



Tuyển tập 21 chức vụ
trong Marketing



3 E-book về quản trị
You must have

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Dear member,

Notelove tuần này dự sẽ là tài liệu hữu ích dành cho Newbie đang mông lung không biết mình nên ở đâu trong vũ trụ Marketing bao ra rộng lớn này.

Marketing là ngành rộng lớn với vô vàn những góc ngách, chúng ta khó lòng có thể đảm nhận công việc của toàn bộ các ngách mà thường chỉ phù hợp với một hoặc một vài lĩnh vực cụ thể.

Trong số các góc ngách đó biết đâu sẽ có một chốn dành cho bạn. Biết đâu bạn có thể tìm được một công việc mình thực sự yêu thích và phù hợp với mình?

Để tìm hiểu rõ hơn về vấn đề này, hãy cùng khám phá 21 vị trí công việc bạn có thể làm trong ngành Marketing nhé!

From Marketer With Love.

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Digital Marketing

1. Social Media Manager

Social Media Manager là người có trách nhiệm trong việc lên kế hoạch, triển khai, quản lý, đo lường các thông tin liên quan đến doanh nghiệp. Đo lường các thông tin liên quan đến thị trường, khách hàng mục tiêu, đối thủ cạnh tranh thông qua mạng xã hội. Vì Social Media Manager sẽ là người đại diện cho công ty nên họ cũng được coi là "tiếng nói của công ty" trên mạng xã hội, đồng thời họ cũng thực hiện vai trò của một người quản lý cộng đồng.

Cụ thể, các nhà quản lý các kênh mạng xã hội sẽ là người lập những chiến lược để làm sao cho các hoạt động marketing được phát huy hiệu quả tối đa trên các kênh này. Với vị trí này, bạn sẽ chịu trách nhiệm quản lý các nền tảng mạng xã hội như: Twitter, Facebook, Pinterest và Instagram để kết nối với khách hàng của mình. Ngoài ra bạn cũng phải quản lý các nhận xét, bài đăng của khách hàng, của công chúng.

2. Digital Marketing Analyst

Vị trí này tập trung vào các dữ liệu phục vụ chiến dịch digital marketing. Với công việc này, bạn cần phân tích các số liệu bao gồm: từ các chiến dịch digital marketing đã thực hiện trong quá khứ, các số liệu từ thị trường, khách hàng, đối thủ - Là những số liệu ảnh hưởng trực tiếp tới chiến dịch Marketing sắp triển khai của bạn. Hoạt động này nhằm đảm bảo rằng các chiến dịch đáp ứng đúng được mục tiêu và kì vọng của công ty đề ra, giảm thiểu thất bại của chiến dịch.

Ngoài ra bạn cũng cần phải tìm hiểu nguyên do, nguồn gốc của những số liệu đó để có thể lý giải được sự thành công hay thất bại của chiến dịch.

3. Email Marketing Manager

Với vị trí này bạn sẽ cần tạo ra các email mà khách hàng sẽ không xoá trước khi đọc. Công việc chính của bạn sẽ là tăng cường truyền thông tới khách hàng bằng cách gửi email vào những thời điểm tốt nhất để tối ưu hóa lượng truy cập.

Là một người quản lý trong mảng email marketing, bạn sẽ phát triển các email và sắp xếp nội dung phù hợp, có liên quan để thu thập dữ liệu về khách hàng của bạn. Bạn cần biết cách lên kế hoạch, đánh giá đo lường hiệu quả sau mỗi chiến dịch Email Marketing và quản lý điều hành team Email Marketing của mình.

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Digital Marketing

4. SEO Analyst

Nếu bạn bị cuốn hút bởi các chiến lược liên quan đến từ khoá, hãy trở thành một SEO Analyst. Vị trí này sẽ giúp cho trang web của công ty cải thiện lượt truy cập bằng cách sử dụng chiến lược tối ưu hoá công cụ tìm kiếm. Thế giới SEO đang thay đổi một cách nhanh chóng, vì vậy điều quan trọng là phải luôn cập nhật các công cụ và chiến lược mới. Các thuật toán, quy định ở mỗi nền tảng mạng xã hội là khác nhau nên ở mỗi nền tảng sẽ có một cách thức SEO khác nhau, và bạn là người nắm rõ những thông tin đó.

5. Growth Marketer

Growth Marketer là những người xem xét A/B testing và tỷ lệ chuyển đổi. Nếu bạn thích tìm ra con đường để biến từ con số 0 thành một thứ gì đó có ý nghĩa, thậm chí lớn hơn thì đây chính là công việc dành cho bạn. Bạn sẽ giúp công ty và khách hàng có một mối quan hệ bền chặt hơn thông qua việc đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng.

Growth Marketing là một phương pháp tiếp cận nhằm thu hút, tương tác và giữ chân khách hàng bằng việc tập trung vào việc thử nghiệm dựa trên động cơ và sở thích của khách hàng. Bằng cách xây dựng và cung cấp thông điệp được cá nhân hoá, phù hợp với nhu cầu của khách, bạn có thể tối ưu sự phát triển của doanh nghiệp thông qua nhiều kênh, đặc biệt là những kênh quan trọng nhất đối với người dùng.

6. User Acquisition Manager

User acquisition: là hoạt động thu hút thêm các những người dùng mới cho doanh nghiệp thông qua các hình thức truyền thông khác nhau. Không phải tất cả những người dùng đăng kí tài khoản, theo dõi Web của bạn đều là những khách hàng mang lại giá trị cho doanh nghiệp. Vậy nên chỉ số quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả của hoạt động user acquisition là CAC - Customer Acquisition Cost (Chi phí bỏ ra cho việc thu hút khách hàng mới)

Nói một cách dễ hiểu, nếu bạn muốn mọi người trở thành người dùng và khách hàng của nghiệp thì bạn sẽ phải tạo ra các chiến dịch tiếp cận khách hàng. Đồng thời làm việc với các Growth Marketer của các chiến dịch A/B testing khác nhau.

Hơn thế nữa, để đảm đương công việc này bạn sẽ phải đam mê phân tích dữ liệu và sáng tạo những cách mới để thu hút người dùng.

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Nghiên cứu

7. Consumer Behavior Specialist (Chuyên gia nghiên cứu hành vi người tiêu dùng)

Thấu hiểu tâm lý người tiêu dùng và tìm ra nhu cầu, mong muốn của họ chính là công việc của bạn. Sử dụng tâm lý học, bạn sẽ phân tích được những hành vi, thói quen của khách hàng để giúp công ty của bạn ngày một phát triển hơn. Những phát hiện và phân tích của bạn sẽ giúp công ty có thể xác định được chiến lược marketing trong tương lai, điều này sẽ ảnh hưởng tích cực đến doanh số bán hàng và mức độ tương tác trong tương lai.

8. Market Research Analyst (Nghiên cứu thị trường)

Dựa trên các cuộc nghiên cứu, khảo sát, các nhà nghiên cứu thị trường sẽ là người cố vấn cho doanh nghiệp. Nhất là những lần doanh nghiệp muốn tung ra một sản phẩm mới trên thị trường, muốn thay đổi bộ nhận diện thương hiệu, hay những quyết sách vô cùng quan trọng khác, mà nếu thất bại sẽ thiệt hại rất lớn. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp định hướng được chiến lược marketing hiệu quả hơn.

Ngoài ra các nhà nghiên cứu thị trường còn có khả năng nghiên cứu môi trường vi mô, vĩ mô, môi trường ngành và cạnh tranh. Những yếu tố có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung, hoạt động Marketing nói riêng. Điều này giúp doanh nghiệp có được lựa chọn tốt nhất, hạn chế những rủi ro trong các quyết định và đưa ra các phương án dự phòng chuẩn xác.

9. Product Developer (chuyên gia phát triển sản phẩm)

Một người làm công việc phát triển sản phẩm sẽ phải làm việc với team marketing để hiểu được khách hàng muốn gì ở sản phẩm và mức giá mà họ sẽ trả cho sản phẩm đó. Nhà phát triển sản phẩm sẽ điều chỉnh thiết kế từ phản hồi của các chuyên gia trong công ty, trong đó có cả các chuyên gia marketing để sản phẩm có thể được chào đón trên thị trường, gặt hái được nhiều thành công nhất. Với vị trí này, bạn cần có nền tảng về kỹ thuật, am hiểu thực sự về sản phẩm dịch vụ đó và về thiết kế để có thể làm tốt vai trò của mình

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Quan hệ công chúng

10. Public Relations Coordinator (Chuyên viên quan hệ công chúng)

Công việc của bạn chính là một người điều phối quan hệ giữa công ty với công chúng, bạn sẽ đóng vai trò liên lạc để thông báo cho công chúng về các sự kiện nổi bật, con người hoặc sản phẩm mới, hay các tin tức quan trọng khác của công ty. Và ngược lại, bạn cũng cần phản hồi phản ứng, thái độ, hành động của công chúng đối với doanh nghiệp cho các bộ phận khác cùng biết.

Bạn cũng cần đảm bảo và kiểm soát chỉ những thông tin có lợi cho doanh nghiệp được tung ra cộng đồng. Trong trường hợp những thông tin bất lợi cho doanh nghiệp bị rò rỉ, bạn sẽ là người đứng ra xử lý, giải quyết.

Với công việc này, bạn sẽ hỗ trợ trong cả công việc sáng tạo nội dung và hỗ trợ trong quá trình chuyển thông tin cho các nhà báo để chia sẻ câu chuyện của công ty.

11. Communications Manager (Quản lý truyền thông)

Công việc của một quản lý truyền thông là lên kế hoạch, điều phối, giám sát, đo lường và đánh giá hiệu quả của các chiến lược truyền thông Marketing. Bạn sẽ phải làm việc với các chuyên viên truyền thông, copywriter, designer, email marketing manager và những người còn lại trong team của mình. Mục đích là để phối hợp các chiến dịch truyền thông một cách ăn ý nhất, hiệu quả nhất. Sau mỗi chiến dịch truyền thông, bạn đều phải đo lường hiệu quả và đánh giá hiệu quả của chiến dịch, hiệu quả làm việc của từng bộ phận, từ đó giúp ích cho các chiến dịch truyền thông lần sau.

Có thể nói bạn là người đưa ra chiến lược tổng thể, tách chiến lược thành nhiều chiến thuật nhỏ để các bộ phận triển khai thực hiện.

12. Community Manager (Quản lý cộng đồng)

Community Manager là có vai trò là đại sứ của thương hiệu, họ xây dựng mối quan hệ với cả khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng trong tương lai. Họ cũng tập trung vào việc đo lường các chỉ số cảm xúc của công chúng đối với thương hiệu. Họ tạo điều kiện để các khách hàng trò chuyện với nhau nhiều hơn rồi thông qua sử dụng các công cụ Social Listening có thể theo dõi các phản hồi và sự tương tác.

Community Manager tập trung vào việc thiết lập các nguyên tắc cộng đồng cũng như tạo điều kiện và kiểm duyệt cuộc trò chuyện giữa các thành viên.

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Quan hệ công chúng

13. Brand Ambassador

Nếu bạn thích nói chuyện trực tiếp với mọi người hơn là phân tích dữ liệu, thì đây là một vị trí tuyệt vời dành cho bạn. Với tư cách là đại sứ thương hiệu, bạn sẽ làm việc để đại diện cho thương hiệu một cách tích cực và giúp gia tăng danh tiếng cũng như doanh số bán hàng.

Một số ví dụ chính là những nhân viên phát mẫu dùng thử tại các cửa hàng tạp hoá địa phương hay các PG tại các sự kiện đều chính là người đại diện cho thương hiệu để tăng nhận thức của khách hàng đối với thương hiệu.

Sáng Tạo

14. Creative Director (Giám đốc sáng tạo)

Với tư cách là giám đốc sáng tạo, mọi công việc liên quan đến sáng tạo sẽ do bạn điều hành và chỉ đạo. Bạn sẽ là người đưa ra chiến lược tổng quát, đi đầu trong các chiến dịch quảng cáo và marketing, đồng thời bạn phải làm việc với copywriter, designer và toàn bộ team marketing để chiến dịch được triển khai thành công.

15. Film và Video Editor

Những người đảm nhận công việc này sẽ sáng tạo ra các video để truyền thông về sản phẩm, doanh nghiệp. Để có được những video hay TVC quảng cáo, bạn chính là người thực hiện những quảng cáo đó từ khâu sản xuất, quay phim đến lúc cho ra sản phẩm cuối cùng. Nếu thành công, những video này có thể giúp thương hiệu của bạn gia tăng mức độ nhận diện trong tâm trí khách hàng.

16. Content Writer / Blogger

Trái ngược với suy nghĩ của một số người, việc duy trì nội dung và blog của công ty là công việc chiếm khá nhiều thời gian. Khi đảm đương vị trí này, bạn sẽ tìm cách sáng tạo nội dung phù hợp và phải kịp thời làm sao để khách hàng muốn đọc nó. Đồng thời, ở vị trí này, bạn cũng cần có giọng văn và sáng tạo những nội dung phù hợp với thông điệp mà công ty muốn đưa ra.

Tổng hợp 21 chức vụ trong Marketing

Quan hệ công chúng

17. Graphic Designer

Bạn sẽ giúp công ty thiết kế logo, những biểu đồ, trang web, các ấn phẩm marketing,... Không có graphic designer, trang web của công ty chỉ là một màn hình đơn giản với vài dòng chữ hiển thị. Bạn sẽ là người thiết kế cho thương hiệu những hình ảnh và ấn phẩm phù hợp nhất với brand guideline.

Lãnh đạo

18. Giám đốc Marketing (CMO)

CMO có thể là nam hoặc nữ giới và là sếp của bộ phận marketing, họ là người đưa ra định hướng chiến lược chung, những quyết định cuối cùng cho bộ phận này. CMO sẽ thuộc quyền quản lý trực tiếp của CEO và là cầu nối giữa CEO và bộ phận marketing.

19. Phó bộ phận Marketing (VP of Marketing)

Phó bộ phận marketing sẽ làm việc dưới quyền của CMO và hỗ trợ để phát triển các kế hoạch marketing của công ty. Người đảm nhận vị trí này sẽ tạo ra các chiến thuật và triển khai chúng cùng với team marketing để đảm bảo thành công cho thương hiệu như CMO đã vạch ra. Họ cũng là người đào tạo và training các thành viên trong team.

20. Quản lý thương hiệu (Brand Manager)

Quản lý thương hiệu là người chịu trách nhiệm tạo dựng và duy trì sức khỏe thương hiệu, đảm bảo rằng thương hiệu đó có thể gây được ấn tượng đối với người tiêu dùng, được hiển thị ổn định, nhất quán, đúng với tinh thần chung và giá trị cốt lõi như doanh nghiệp đã đề ra ban đầu. Quản lý thương hiệu phải đảm bảo rằng tất cả các thông điệp truyền thông phải phù hợp với thương hiệu, họ sẽ là người kiểm duyệt toàn bộ các ấn phẩm, nội dung và chiến dịch trước khi ra mắt.

21. Quản lý Marketing (Marketing Manager)

Nếu bạn cảm thấy thoải mái khi giám sát nhiều người cũng như nhiều chiến dịch quảng cáo và bán hàng, thì bạn nên xem xét trở thành một nhà quản lý marketing. Bạn có thể chỉ tập trung vào một sản phẩm, toàn bộ thương hiệu hoặc giám sát toàn bộ chiến lược cho công ty.

Nhiệm vụ của bạn là giúp bán sản phẩm hoặc truyền tải những thông điệp của bạn tới những người hỗ trợ bạn trong công việc.



MKL Tặng bạn 3 Ebook, nhớ tải về nhé!

Trên đây là những đầu sách hay về Marketing, mong rằng NOTELOVE này sẽ hữu ích đối với quý thành viên. Nếu cảm thấy chương trình Give Away hàng tuần này có ý nghĩa, bạn đừng quên mời bạn bè cùng tham gia Group để tạo động lực, tiếp thêm năng lượng cho đội ngũ admin nhé!

Những số give away sau bạn mong muốn nhận được gì?

Mọi ý kiến đóng góp vui lòng liên hệ: huongdt@wewin.com.vn

From Marketer With Love.