



Newbie

Tim hiểu về

Agency



-Mục lục-

1. Agency là gì? Các loại Agency	04
2. Tại sao cần thuê Agency?	08
3. Khi nào nên thuê agency	12
4. So sánh In-house và Agency	13
5. 10 điều giúp bạn dễ dàng làm việc trong công ty quảng cáo	21
6. Những tiêu chí để lựa chọn Agency phù hợp nhất	26
7. Những điều bạn cần chuẩn bị để làm trong ngành quảng cáo	29
8. Lộ trình thăng tiến ngành marketing từ newbie tới CMO	33
9. Công việc Marketing bạn nên thử	39

01

**AGENCY LÀ GÌ?
CÁC LOẠI AGENCY**



Marketing Agency là gì?

- Là những **doanh nghiệp** thực hiện công việc liên quan đến **sáng tạo, truyền tải thông điệp** và **hỗ trợ** khách hàng
- **Khách hàng**: Các doanh nghiệp có **nhu cầu** thực hiện hoạt động marketing

QUAN ĐIỂM KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP TRUYỀN THÔNG

- Agency là doanh nghiệp dịch vụ **hỗ trợ** một chức năng cụ thể trong số các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khách hàng
- Agency đưa thông điệp truyền thông tới **đúng đối tượng** một cách hiệu quả với **chi phí thấp**



PHÂN LOẠI AGENCY

- **Theo Tính Chất**
- **Theo Chức Năng**

AGENCY CUNG CẤP TẤT CẢ DỊCH VỤ (FULL SERVICES AGENCIES)

- Marketing
- Truyền thông
- Xúc tiến bán
- Lập kế hoạch
- Sản xuất quảng cáo
- Lựa chọn phương tiện truyền thông
- Lập kế hoạch chiến lược
- PR
- Thiết kế bao bì

THEO TÍNH CHẤT

DỊCH VỤ MARKETING (MARKETING SERVICES)

- Cung cấp các dịch vụ **nghiên cứu marketing, phân tích phương tiện truyền thông, thử nghiệm hiệu quả quảng cáo...**
- Agency này có thể là **một bộ phận** hoặc **công ty con** của các doanh nghiệp truyền thông hay công ty quảng cáo lớn.

AGENCY SÁNG TẠO (CREATIVE SERVICES)

- Chịu trách nhiệm **sáng tạo** và **thực hiện** các quảng cáo hoặc các thông điệp truyền thông cho doanh nghiệp.
- Họ phải làm các nhiệm vụ liên quan đến quảng cáo như **viết lời, tựa đề, lên nội dung, chuẩn bị bố cục và hình ảnh minh họa.**

AGENCY CHUYÊN BIỆT (SPECIALIST AGENCIES)

- Yêu cầu: phải có kiến thức chuyên môn về **lĩnh vực đặc thù** của khách hàng mục tiêu, ví dụ: **dược, kỹ thuật cao,...**
- Các agency này thường không làm việc với các doanh nghiệp là đối thủ cạnh tranh của nhau.

DỊCH VỤ CHUYÊN VỀ SÁNG TẠO

- Thực hiện công việc **sáng tạo thông điệp truyền thông** hoặc nhận lại các hợp đồng phụ từ những agency lớn hơn
- Chỉ cung cấp dịch vụ **sáng tạo, lên ý tưởng** nhưng **không thực hiện** chúng

AGENCY MUA THỜI LƯỢNG HOẶC KHOẢNG TRỐNG TRÊN CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG (MEDIA BUYING SERVICES)

- Các doanh nghiệp này là những **công ty độc lập** chuyên về việc **mua bán thời lượng quảng cáo** trên các phương tiện truyền thông.
- Do các phương tiện truyền thông phát triển ngày càng đa dạng, việc lựa chọn các phương tiện truyền thông đòi hỏi nhiều kiến thức phức tạp nên các doanh nghiệp dạng này vẫn có cơ hội phát triển.
- Ví dụ: Các quảng cáo có thời lượng 10s, 15s, 30s trên truyền hình, ...

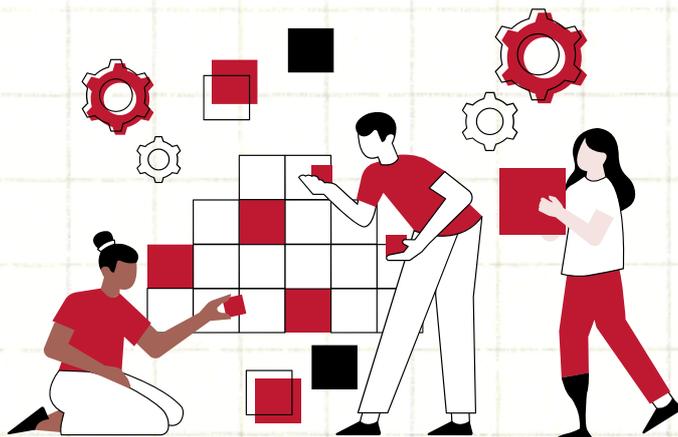
THEO CHỨC NĂNG

Doanh nghiệp thực hiện các dịch vụ quảng cáo
Advertising agency

Doanh nghiệp thực hiện các hoạt động PR
PR agency

Doanh nghiệp Tổ chức sự kiện
Event agency

Doanh nghiệp chuyên thực hiện các hoạt động marketing online, PR online...



02

**TẠI SAO CẦN
THUÊ AGENCY?**

XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN CÁC CHIẾN LƯỢC MARKETING HIỆN ĐẠI

Bạn đã bao giờ tự hỏi tại sao các phương thức kinh doanh hoặc marketing lại thay đổi theo thời gian chưa? Đó chủ yếu là do nhận thức của khách hàng. Outbound Marketing như quảng cáo in, quảng cáo thương mại, hoặc quảng cáo trang vàng, v.v. là không đủ để đáp ứng nhu cầu hiện nay. Người tiêu dùng ngày nay có sử dụng Internet thường xuyên và họ có thể tìm kiếm tất cả các mặt hàng cũng như dịch vụ khi có nhu cầu.

Điều này cũng có nghĩa các doanh nghiệp cũng cần phải thu hút khách hàng bằng Inbound Marketing.

Các hoạt động Inbound Marketing không chỉ cần kỹ năng chuyên môn mà còn đòi hỏi sự kiên nhẫn, nỗ lực và các kỹ năng cần thiết. Do đó, một Marketing Agency sẽ là đơn vị có khả năng tích hợp tốt nhất các chiến dịch Outbound và Inbound để thu hút khách hàng tiềm năng và chuyển đổi họ thành khách hàng của doanh nghiệp.

GIÚP KHÁCH HÀNG TẬP TRUNG HƠN VÀO CÔNG VIỆC KINH DOANH CỦA HỌ

Việc quản trị và thực hiện toàn bộ các hoạt động marketing sẽ tiêu tốn rất nhiều thời gian, nguồn lực, tài chính của một doanh nghiệp. Thuê Agency chính là chìa khóa giúp doanh nghiệp có thể tập trung hơn công việc chính của mình.

AGENCY CÓ NHIỀU KIẾN THỨC VÀ HIỂU BIẾT SÂU HƠN

Một điều nữa khi nhắc về các Marketing Agency là họ thường có nhiều hiểu biết và kiến thức tốt hơn về các hoạt động marketing. Marketing Agency thường làm việc với nhiều khách hàng cùng một lúc và tất cả những khách hàng đó sẽ có những nhu cầu về marketing khác nhau. Điều này có nghĩa là đội ngũ ở marketing agency cần có hiểu biết sâu hơn về các phương pháp marketing cũng như có khả năng áp dụng các phương pháp đó để mang lại hiệu quả tối đa.

Hơn nữa, các Marketing Agency cũng là các đơn vị tích cực tham gia vào các hội thảo, hội nghị, các phiên thảo luận trong giới chuyên môn. Vì thế, Agency thường cập nhật nhanh và đầy đủ hơn những xu hướng mới so với Marketers In-house.



03

KHI NÀO NÊN THUÊ AGENCY

Marketing là điều bạn cần bắt đầu càng sớm càng tốt, thậm chí trước cả khi bạn bắt đầu xây dựng doanh nghiệp của mình. Điều đó có nghĩa là, bạn sẽ cần ai đó để marketing cho doanh nghiệp của mình. Tuy nhiên, nếu bạn có nhân viên marketing nội bộ hoặc tự mình làm nhưng chưa thấy hiệu quả cũng như nhìn thấy một số dấu hiệu sau thì đã đến lúc bạn nên nghĩ đến việc tìm đến một Agency chuyên về Marketing.

KHI NÀO DOANH NGHIỆP NÊN THUÊ AGENCY?

BẠN NHẬN RA RẰNG BẠN KHÔNG THÍCH HỢP VỚI THỜI ĐẠI DIGITAL MARKETING

Rất nhiều chủ doanh nghiệp cũng đã thử vận may của họ bằng việc tự triển khai bộ phận marketing. Nhưng liệu có phải tất cả trong số họ đều có kỹ năng để thực hiện điều đó hay không? Mặc dù bạn có thể có khả năng lãnh đạo xuất sắc, hiểu rõ về doanh nghiệp. Nhưng có thể bạn không đủ kỹ năng cũng như kinh nghiệm để lên kế hoạch chi tiết và thực thi các chiến lược marketing.

Dù đôi lúc không có đủ khả năng thực thi các chiến lược marketing không phải là vấn đề quá to tát, tuy nhiên việc không chấp nhận thực tế này có thể khiến doanh nghiệp gặp tổn thất nặng nề. Nếu bạn không thể thực hiện được toàn bộ các hoạt động marketing, hãy tìm đến các Agency, họ sẽ giúp bạn.

CÁC CHỈ SỐ VỀ BÁN HÀNG ĐANG ĐI XUỐNG

Điều mà một doanh nhân luôn quan tâm hàng đầu đó chính là việc sản phẩm hoặc dịch vụ của họ phải luôn trong đà bán chạy. Nếu bạn nhận ra rằng tất cả từ sản phẩm, dịch vụ, đội ngũ Sales đến dịch vụ khách hàng của mình đều ở *mức ổn định* nhưng doanh số bán hàng liên tục *giảm sút* thì đây là lúc bạn cần xem xét nghiêm túc về chiến lược marketing của mình.

Rõ ràng là nếu bạn không có một chiến lược marketing tốt tới khách hàng thì mọi nỗ lực khác đều trở nên vô nghĩa. Bạn cần có một chiến lược marketing đúng đắn và cho mọi người thấy được tại sao sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn tốt hơn đối thủ và tại sao mọi người nên mua nó.

ĐIỀU GÌ HỮU ÍCH VÀ ĐIỀU GÌ KHÔNG DÀNH CHO BẠN

Một trong những dấu hiệu lớn nhất của một chiến dịch marketing không hiệu quả là khi bạn không biết điều gì phù hợp và điều gì không phù hợp với mình.

Ví dụ, nếu bạn thấy lưu lượng truy cập trang web, cuộc gọi điện thoại, truy vấn hoặc khách hàng tiềm năng mới tăng đột biến nhưng bạn không biết điều này xảy ra như thế nào, thì đó là lúc chiến dịch marketing của bạn chưa đủ tốt.

Một chiến dịch marketing tốt cung cấp cho bạn đủ thông tin để phân tích xem liệu mọi thứ có đang hoạt động theo kế hoạch mà bạn đề ra trước đó hay không.

THAM VỌNG CỦA BẠN VƯỢT QUÁ KHẢ NĂNG CỦA BẠN

Chúng tôi luôn mô tả tham vọng qua câu "bầu trời là giới hạn".

Nhưng, sẽ ra sao nếu một doanh nghiệp không có đủ năng lực để biến những tham vọng đó thành hiện thực?

Có thể do một vài yếu tố như: thiếu kiến thức, nhân lực hoặc nguồn lực không đủ, đó chính là trở ngại thực hiện việc đạt được các mục tiêu kinh doanh.

Nếu bạn đang phải đối mặt với những vấn đề này, một marketing agency sẽ giúp bạn tìm ra cốt lõi của vấn đề và cải thiện nó.

CÁC CÔNG VIỆC KHÔNG THỂ ĐƯỢC HOÀN THÀNH

Nếu bạn là giáo viên và được yêu cầu dạy 5 môn một lúc, điều gì sẽ xảy ra?

Nói chung bạn sẽ không thể một mình làm tất cả mọi thứ. Tương tự đối với marketing cũng vậy, khi bạn cố gắng làm tất cả mọi thứ cùng lúc, thì đây cũng là lúc công việc không mang lại hiệu quả cao, kết quả là bạn sẽ chẳng đạt được gì.

Hơn nữa, điều quan trọng nhất khi triển khai marketing chính là cần có thời gian và một chiến lược hợp lý. Nếu không có cả 2 điều này, việc thất bại chỉ là sớm muộn mà thôi.

Có thể đối với bạn, marketing không phải là mối quan tâm hoặc ưu tiên hàng đầu nhưng đối với các marketing agency, nó là **MỌI THỨ**. Đó là công việc họ cần phải làm và được trả tiền để làm, do đó họ sẽ ưu tiên công việc này lên hàng đầu, làm hết mình để đem lại kết quả tốt nhất cho khách hàng. Vì nếu như khách hàng không hài lòng, họ sẽ không hợp tác tại với đơn vị truyền thông này nữa, mà tìm đơn vị khác tốt hơn.

04

SO SÁNH GIỮA IN-HOUSE VÀ AGENCY

DIGITAL MARKETING AGENCY

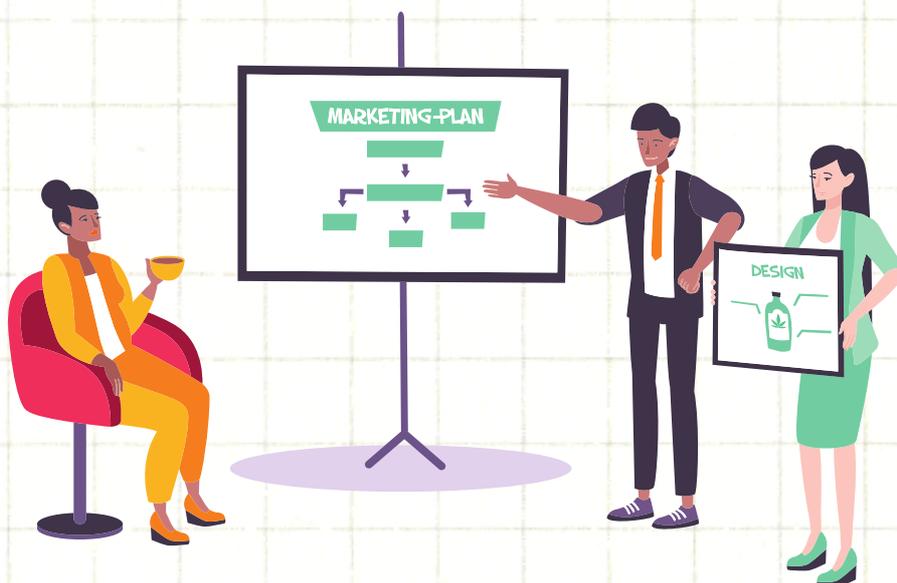
TẠI SAO NÊN THUÊ AGENCY

BƯỚC TIẾN LỚN

- Để thuê được một Agency cần có nhiều cuộc thảo luận và phải có hợp đồng cũng như nhiều sự tham khảo để có thể đưa ra quyết định.
- Đó là một quyết định lớn và có thể mất rất nhiều công sức để tìm được một Agency phù hợp.

CHI PHÍ

- Làm việc với Agency tốn **nhều chi phí hơn**.
- Nhưng agency có thể cùng lúc cung cấp cho bạn một loạt các dịch vụ **toàn diện** và **hiệu quả cao**.



KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN

Khi thuê Agency, họ có thể làm marketing cho tất cả các lĩnh vực và có phương án tiếp cận đối tượng mục tiêu theo nhiều cách khác nhau.

Bạn phải sử dụng content marketing, inbound marketing và định hình được chiến lược digital marketing để tiếp cận mục tiêu của mình.

Khi làm việc với agency, bạn có thể khai thác tối đa các kiến thức cũng như kinh nghiệm của các chuyên gia để đi đúng hướng.

ƯU
ĐIỂM?

MỘT GÓC NHÌN MỚI

Làm việc với Agency sẽ cung cấp **một cái nhìn mới** về doanh nghiệp. Mỗi chủ doanh nghiệp nhỏ đều biết khách hàng của họ là ai, nhưng vì họ không phải là một chuyên gia Marketing nên dù có xác định được đối tượng mục tiêu, cũng rất khó để họ có thể tiếp cận và tìm ra "điểm đau" của khách hàng.

Nhưng với Agency, họ có **nhều kinh nghiệm** trong lĩnh vực marketing, họ có thể cung cấp cho bạn một góc nhìn khác. Hoặc họ sẽ nhìn ra được phần nào trong marketing mà doanh nghiệp khách hàng làm chưa tốt.

TỐC ĐỘ LÀM VIỆC

Khi thuê một Agency, họ có rất **nhều nguồn lực** để thực hiện các dự án cho bạn. Nếu tự mình làm tất cả, bạn sẽ mất nhiều thời gian hơn. Bạn phải tự mình thuê riêng rất nhiều vị trí, điều đó rất **mất thời gian** mà đôi khi **hiệu quả lại không cao**.

TÍNH NHẤT QUÁN

Các Marketing Agency làm việc với tiêu chuẩn cao giúp doanh nghiệp nhất quán trong việc **xây dựng thương hiệu**. Công chúng cũng sẽ dễ dàng nhớ đến họ hơn.

Thông thường, các doanh nghiệp sẽ coi trọng chăm sóc khách hàng hơn hoạt động marketing. Do đó, khi thuê Agency, họ sẽ chỉ tập trung **đảm bảo nội dung, chiến dịch quảng cáo và hoạt động tiếp thị trên MXH** tối ưu nhất về thời gian và chất lượng.

NHƯỢC ĐIỂM

TỐN NHIỀU CHI PHÍ HƠN (TRONG NGẮN HẠN)

Tùy thuộc vào lượng công việc bạn giao cho họ, bạn sẽ phải chi **một khoản ngân sách lớn hơn** ban đầu so với mức chi cho chuyên gia In-house Marketing vì nhiều yếu tố khác nhau. Tuy nhiên bạn hãy nghĩ đơn giản là muốn chuyên nghiệp và hiệu quả hơn thì cần nhiều tiền hơn.

Hãy nhớ bạn đang thuê cả một nhóm trong Agency và bạn cũng đang đặt nền móng cho một chiến lược Marketing dài hạn. Yên tâm là chi phí từ từ sẽ giảm và lợi nhuận sẽ tăng.

CUỘC HỌP & NHỮNG CÂU HỎI

Khi làm việc với một Marketing Agency sẽ có rất nhiều **cuộc gặp gỡ** và **thảo luận** ban đầu.

Mọi thứ đều cần sự **đồng ý** và **phê duyệt** của bạn từ sớm và bạn không thể phó mặc các quyết định lớn cho họ.

Đôi khi, bạn cũng có thể cảm thấy **tê nhạt** khi phải xem xét thiết kế và nội dung web mới hoặc phê duyệt các chiến dịch quảng cáo, nhưng đó là một phần thiết yếu của quy trình.

IN-HOUSE MARKETING

TẠI SAO
NÊN THUÊ?

HỢP LÝ HƠN

- Tùy thuộc vào nhu cầu kinh doanh mà doanh nghiệp có thể thuê một nhân viên Marketing (hoặc một nhóm nhỏ) In-house.
- Họ hoàn toàn chịu trách nhiệm về cách họ điều hành kế hoạch Marketing trong công ty của bạn.

HÃY THUÊ NGAY

- Hãy thuê một team In-house Marketing có kinh nghiệm, có kiến thức, họ có thể quản lý mọi thứ bạn cần để phát triển thể hệ khách hàng tiềm năng và thu hút khách hàng mới với tốc độ nhanh hơn.



ƯU ĐIỂM

IN-HOUSE MARKETING

QUYỀN QUẢN LÝ TOÀN BỘ NỘI DUNG

Khi làm việc với In-house Marketing, bạn có thể rút ra kiến thức và ý tưởng cho toàn bộ nhóm của bạn.

Nhóm của bạn sẽ có một nguồn **ý tưởng sáng tạo nội dung tuyệt vời** và thậm chí là các sáng kiến mới hay ho.

Điều phối viên In-house Marketing có thể sử dụng kiến thức và kinh nghiệm này để tạo lợi thế cho bạn.

HIỂU BIẾT SÂU SẮC

Người làm việc tại In-house cần hiểu rõ về nhu cầu của khách hàng và sản phẩm của doanh nghiệp.

Với công ty B2B, yếu tố trên là quan trọng vì **thị trường chuyên biệt** nên Agency khó có kinh nghiệm để làm.

CHỈ TẬP TRUNG VÀO THƯƠNG HIỆU CỦA BẠN

Bộ phận marketing sẽ dành thời gian **xem xét** sự hiệu quả và thực hiện **điều chỉnh** sao cho phù hợp nhất với mục tiêu và quy trình.

Do chỉ tập trung vào doanh nghiệp nên họ có khả năng đưa ra **ý tưởng độc đáo**.

CÓ SẴN 40 GIỜ MỘT TUẦN

Đội ngũ In-house Marketing chuyên dụng luôn sẵn sàng **đáp ứng nhu cầu** công việc của bạn cả tuần.

Không có thời gian dự kiến, vì vậy bạn có thể động não hoặc sửa đổi kế hoạch bất cứ lúc nào bạn cần.

NHƯỢC ĐIỂM

IN-HOUSE MARKETING

ÍT THỜI GIAN ĐÀO TẠO

Hầu hết các Agency dành thời gian **cập nhật** kiến thức, xu hướng và kỹ năng của họ thường xuyên.

Khi làm việc tại công ty, một nhân viên In-house Marketing thường có **ít thời gian** hơn để tập trung vào việc nâng cao kiến thức và kỹ năng của họ. Họ cũng không có lợi thế khi học hỏi từ các bộ phận khác nhau.

THIẾU TÍNH NHẤT QUÁN

Một trong những thách thức của In-house Marketing là **khó có thể tập trung vào một công việc cụ thể**. Khi điều này xảy ra, tính nhất quán giảm rất nhanh.

Bạn rất **dễ bỏ lỡ** một vài tuần đăng nội dung mới và không kiểm tra thống kê chiến dịch quảng cáo. Nếu không có sự cam kết, một chiến dịch Marketing trở nên không nhất quán.

CHI PHÍ LƯƠNG FULL-TIME

Trong mỗi tháng, bạn nghĩ mình đang chi trả số tiền khá thấp đối với một nhân viên In-house. Nhưng về lâu dài, nó có thể trở nên đắt đỏ hơn.

Với **Agency**, bạn nghĩ rằng số tiền bỏ ra là lớn, tuy nhiên so với hiệu quả đem lại vượt sức mong đợi.

THIẾU Ý TƯỞNG MỚI

Khi một nhân viên In-house Marketing làm việc một mình để quản lý tất cả các công việc có trong marketing, điều đó có thể khiến họ trở nên **trì trệ**.

Thật khó để tiếp tục tìm ra những **cách mới** và **sáng tạo** để quảng bá sản phẩm và chia sẻ nội dung khi bạn không còn ai để động não cùng.

CHIẾN LƯỢC MARKETING DÀI HẠN CỦA BẠN LÀ GÌ?

Cả việc thuê một Marketing Agency và thuê một nhóm In-house Marketing đều có những lợi ích và hạn chế riêng. Nó hoàn toàn không có 'đúng' và cũng không có 'sai' đối với bất kỳ doanh nghiệp nào.

Quyết định phụ thuộc vào dịch vụ Marketing mà bạn cần và ngân sách của bạn là bao nhiêu

Tốt nhất là nên xem xét **chiến lược phát triển dài hạn** của doanh nghiệp bạn và nó sẽ quyết định xem bạn cần một công ty Marketing có thể hợp tác với bạn để **tăng trưởng doanh số cao hơn** hay **ổn định phát triển** với một nhóm In-house. Điều quan trọng nhất là bạn phải có sẵn một kế hoạch trước khi đưa ra lựa chọn của mình, thì mới có quyết định phù hợp nhất ạ.



05

**10 ĐIỀU GIÚP BẠN
DỄ DÀNG LÀM VIỆC TRONG
CÁC CÔNG TY QUẢNG CÁO**

THỰC TẬP TẠI MỘT CÔNG TY AGENCY

Đối với một công ty Agency quảng cáo, thực tập là một vị trí mà cả thực tập sinh và công ty **đều có lợi**. Trong khoảng thời gian thực tập, các sinh viên sẽ làm việc với một khoản trợ cấp nhỏ. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là thực tập sinh sẽ không phải làm gì nặng nhọc hay không được phép tham gia vào các dự án của công ty.

Thực tập cũng là một vị trí tạo ra được giá trị và lợi ích cho công ty, đồng thời các agency cũng tạo cho thực tập sinh một môi trường được thực hành và làm quen với công việc quảng cáo. Đây cũng là một cách để các Agency chiêu mộ những nhân sự tiềm năng và đào tạo họ trước khi một công ty khác làm điều đó.

Vì vậy, nếu bạn có cơ hội thực tập tại Agency có môi trường tốt, hãy nắm bắt cơ hội ngay lập tức. Thực tập sẽ giúp bạn được tham gia vào các dự án trong một công ty Agency chuyên nghiệp về quảng cáo, tận dụng tối đa kỳ thực tập của bạn bằng cách sẵn sàng học hỏi và làm việc. Kinh nghiệm bạn có được khi còn là thực tập sinh là vô giá và có thể đưa bạn đến một vị trí lâu dài hơn nữa trong công ty.

THAM GIA TỪ MỘT VỊ TRÍ THẤP

Thực tế, đã có rất nhiều người thành công trong lĩnh vực quảng cáo bằng cách bắt đầu từ các công việc cấp bậc thấp

trong một công ty, và sau đó họ nỗ lực hết mình để được thăng tiến lên từ từ.

Đừng ngại làm những việc ngoài mục tiêu của bạn vì đây chỉ mới là bước khởi đầu mà thôi. Việc quan trọng là bạn phải được nhận vào làm, sau đó có thể học mọi thứ dần dần. Nếu bạn không thể thăng tiến trong công ty đó, bạn vẫn có thể sử dụng kinh nghiệm mà mình đã tích lũy để xin việc ở một nơi khác.

Đừng lo lắng rằng bắt đầu từ các vị trí thấp sẽ không thể hiện được kỹ năng của bạn. Nếu bạn có tài năng và thái độ làm việc tốt, bạn sẽ tìm ra cách để thể hiện nó mà thôi.

THỬ SỨC LÀM MỘT FREELANCER

Nếu bạn quan tâm đến việc trở thành một content creator hoặc graphic designer, hãy coi việc làm tự do như một cách phát triển bản thân và học hỏi kinh nghiệm trước khi xin cộng tác vào một công ty quảng cáo mà mình yêu thích.

Làm một freelancer cũng có rất nhiều lợi thế để phát huy, ví dụ như bạn có thể đề giá thù lao của riêng mình, thiết kế chiến dịch của riêng bạn để quảng bá dịch vụ của bạn, bạn cũng có thể tiếp cận các doanh nghiệp nhỏ để hợp tác.

Làm việc tự do cũng mang đến cho bạn cơ hội làm việc trên nhiều dự án và chiến dịch khác nhau để trau dồi kỹ năng và kinh nghiệm của mình đa dạng hơn.

TẠO SPEC ADS

Spec Ads có hai dạng. Đầu tiên, Spec Ads có thể chỉ đơn giản là bạn tạo ra một phiên bản khác của một quảng cáo có sẵn. Ví dụ: Nếu bạn nghĩ rằng mình có thể làm tốt hơn quảng cáo Print Ads của một hãng xe lớn đang xuất hiện trên tạp chí. Hãy làm lại nó và khi ứng tuyển vào vị trí nào đó của một công ty Agency, nếu bạn chưa có kinh nghiệm nào trước đó, hãy gửi cho họ Spec Ads của bạn để họ có thể nhìn nhận được khả năng của bạn.

Thứ hai, bạn cũng có thể tạo ra một sản phẩm quảng cáo bất kỳ bằng một thương hiệu không có mặt trên thị trường. Mục đích của công việc Spec là thể hiện sự sáng tạo của bạn và cách bạn giải quyết vấn đề. Nếu Spec Ads của bạn đủ tốt, nó có thể sẽ được lan truyền nhanh chóng. Khi nó đạt được hàng nghìn hoặc thậm chí hàng triệu lượt xem trên YouTube, Tumblr,... Các Agency quảng cáo sẽ chú ý đến bạn và họ có thể mời bạn gia nhập vào công ty của họ.

LIÊN HỆ VỚI CÁC ĐÀI PHÁT THANH VÀ TRUYỀN HÌNH

Hiện nay có rất nhiều đài phát thanh và truyền hình có vị trí nhân viên sáng tạo nội dung quảng cáo. Họ cũng là đơn vị có thể sản xuất một số loại chương trình nhất định cho đài. Vì thế đây cũng là nơi để bạn học hỏi và trải nghiệm trong lĩnh vực truyền thông.

Tuy nhiên, có khá nhiều công việc tại các đài phát thanh và truyền hình không được tự do sáng tạo. Các quảng cáo đều có công thức và khách hàng thường thích chúng theo cách đó. Về cơ bản, các chương trình khuyến mại nêu rõ lợi ích của sản phẩm hoặc dịch vụ, sau đó thêm vào nhiều lần nội dung đọc như số điện thoại hoặc tên trang web để người xem ghi nhớ nhanh hơn.

Bạn có thể làm để lấy kinh nghiệm và học hỏi sau đó tìm đến các Agency chuyên về quảng cáo sáng tạo để xin việc cũng sẽ dễ dàng hơn.

HỌC MỘT VÀI KHÓA HỌC VỀ QUẢNG CÁO

Việc theo học về quảng cáo không chỉ áp dụng cho sinh viên đại học. Nếu bạn nghiêm túc muốn làm việc trong một Agency chuyên nghiệp về quảng cáo, bạn có thể học hỏi được nhiều điều bằng cách tham gia một khóa học. Điều này không nhất thiết là bạn phải đăng ký, thi đầu vào hay đến học tại ngôi trường có chuyên ngành quảng cáo.

Hiện nay mọi thứ đều có thể thực hiện online, bao gồm cả việc học. Internet mang lại nhiều cơ hội để tìm hiểu và học tập về quảng cáo. Nếu bạn hiện đang làm việc trong một lĩnh vực khác, hãy xem xét đăng ký theo các lớp học vào ban đêm hoặc các khóa học trực tuyến có thể được thực hiện theo một lịch trình linh hoạt.

GIỚI THIỆU BẢN THÂN

Nếu bạn đang tìm kiếm một vị trí trong mảng quảng cáo, hãy gửi email hoặc viết thư tới các giám đốc hoặc công ty quảng cáo. Bạn nên giới thiệu bản thân bằng giọng văn thân thiện, chuyên nghiệp đính kèm tiểu sử ngắn gọn về kinh nghiệm làm việc cũng như điểm nổi bật ở bản thân (video giới thiệu của riêng mình, các sản phẩm bạn đã từng làm,...)

Trước khi gửi email cho một công ty nào đó, hãy tìm hiểu kỹ về cả họ và tên người bạn gửi đến, tên công ty mà họ đang làm việc một cách cụ thể thay vì chỉ gọi mỗi tên của họ trong email. Đây là cơ hội đầu tiên của bạn để tạo ấn tượng tốt, vì vậy hãy viết đúng tên của họ và viết đúng chính tả. Nếu họ không trả lời, bạn có thể liên hệ lại sau vài tuần qua email hoặc gọi điện trực tiếp. Bởi vì, bất kỳ ai trong một Agency đều bận rộn, đặc biệt là những người ở vị trí quản lý đang phải thực hiện nhiều dự án cùng một lúc.

TẠO MỐI QUAN HỆ

Agency là một trong những doanh nghiệp sống theo quy tắc: “Không chỉ những gì bạn biết, mà còn là những người bạn biết”. Trong lĩnh vực quảng cáo, bạn có tài năng đến đâu đi chăng nữa thì một mình bạn cũng không thể làm cùng lúc nhiều công việc của nhiều bộ phận khác nhau được. Vì thế bạn phải kết nối và làm việc với nhiều người, đừng để bản thân trở thành người bị bỏ lại phía sau vì bạn không có mối liên hệ nào trong công ty của mình.

Hãy tìm kiếm cơ hội gặp gỡ với những người có chuyên môn và có năng lượng xung quanh bạn. Hoặc bạn có thể mở rộng mối quan hệ bằng cách tham gia các câu lạc bộ về lĩnh vực quảng cáo cho các sự kiện đặc biệt, hay các hội thảo giáo dục và các hội thảo chuyên môn. Tại những nơi này, bạn có thể sẽ gặp được những nhà tuyển dụng cho các Agency quảng cáo và khi họ nhận thấy tiềm năng của bạn, rất có thể họ sẽ chiêu mộ bạn về làm việc ở công ty họ.

THỬ SỨC VỚI LĨNH VỰC BÁN HÀNG HOẶC PR

Mặc dù có sự khác biệt giữa quảng cáo và bán hàng nhưng ví dụ, bạn trở thành Account Executive tại một đại lý ô tô, có thể giúp bạn thu hẹp khoảng cách giữa việc không có kinh nghiệm và làm việc trong một Agency. Đây cũng là một cách tốt để gặp gỡ mọi người, cải thiện kỹ năng bán hàng và tìm ra điểm mạnh và điểm yếu của bản thân khi thuyết phục khách hàng.

PR và quảng cáo không giống nhau, nhưng có một số điểm tương tự và nếu bạn tìm được một công ty PR tốt, sáng tạo, bạn có thể thực hiện một số công việc gần giống với quảng cáo.

**PR và quảng cáo
là hai khái niệm
khác nhau**

NĂNG NỔ, NHIỆT HUYẾT

Quảng cáo là lĩnh vực đòi hỏi niềm đam mê rất cao so với nhiều nghề khác, nó đòi hỏi bạn có thể làm việc vượt mức bình thường. Vì vậy, bạn cần đánh giá xem mình có phù hợp với lĩnh vực quảng cáo hay không. Nếu bạn nhận thấy bản thân phù hợp, bạn cần thể hiện ra điều đó cho một nhà tuyển dụng tiềm năng.

Ngay cả trong thời đại hối hả và nhộn nhịp ngày nay, các nhà tuyển dụng vẫn hào hứng khi nhìn thấy một người có đam mê và cam kết với công việc thực sự. Những người có kinh nghiệm đã bị loại khỏi công việc bởi một người ít kinh nghiệm hơn nhưng có nhiều tâm huyết. Bạn nên nhớ, tính cách và đạo đức sẽ giúp bạn thăng tiến trên một chặng đường dài.

THỬ SỨC MÌNH VỚI NHỮNG DỰ ÁN TRUYỀN THÔNG TẠI CÁC AGENCY TẠI SAO KHÔNG?

06

NHỮNG TIÊU CHÍ LỰA CHỌN AGENCY PHÙ HỢP

CÓ MỤC TIÊU RÕ RÀNG, CỤ THỂ

Trước khi bàn bạc với agency, bạn cần đưa ra **quyết định mục tiêu, loại hình và sản phẩm** mà doanh nghiệp lựa chọn khi kinh doanh. Có nhiều hình thức được đưa ra như: công ty đa quốc gia, công ty start up nhỏ, đại lý phân phối,...

Nếu bạn muốn chuyển hướng sang những công việc liên quan đến kỹ thuật số, hãy chọn một agency **có kinh nghiệm**. Nên lựa chọn agency **uy tín và tham khảo** những nhận xét của khách hàng đã từng trải nghiệm dịch vụ của họ.

Yếu tố quan trọng đầu tiên đó là **xác định nhu cầu, mục tiêu** và lựa chọn hợp tác với doanh nghiệp có kinh nghiệm trong lĩnh vực đó. Việc đặt ra mục tiêu rõ ràng sẽ là **khởi đầu thuận lợi** cho đôi bên khi bắt tay vào làm việc.

THỰC SỰ COI AGENCY LÀ ĐỐI TÁC

Truyền thông, xây dựng thương hiệu hay marketing nói chung – tất cả đều cần đến sự sáng tạo và hợp tác. Vì vậy, bạn cần một agency có văn hóa, mục tiêu phù hợp với bạn và những người đồng đội sáng tạo và chủ động trong công việc.

Doanh nghiệp sẽ cần agency biết **lắng nghe, nghiên cứu thị trường** và **hoạt động kinh doanh**, đưa ra những **phân tích** dựa trên tư cách là đối tác thực thụ. Hãy chọn agency có tầm nhìn mà bạn cảm thấy đủ tin cậy để hợp tác lâu dài.

KIỂM TRA NỀN TẢNG TÀI CHÍNH VÀ HỒ SƠ KỸ NĂNG CỦA AGENCY

Dựa vào **nội dung công việc** cũng như **quy mô dự án** để lựa chọn agency phù hợp với doanh nghiệp của mình. Nếu là dự án quy mô nhỏ, bạn có thể lựa chọn một agency “khiêm tốn”. Ngược lại, nếu cần hỗ trợ trọn gói, hãy tìm đến những agency đa ngành với nguồn vốn và nhân lực dồi dào để đảm bảo dự án đạt được hiệu quả cao.

VỊ TRÍ KHÔNG QUÁ QUAN TRỌNG

Trong thế giới hiện đại ngày nay, khoảng cách địa lý không còn quá quan trọng. Mọi người có thể giữ liên lạc với nhau cho dù ở bất cứ đâu. Vì vậy, bạn không cần phải giới hạn đối tác ở một **phạm vi cụ thể**. Nếu bạn tìm thấy một agency có kỹ năng, kinh nghiệm và văn hóa phù hợp với doanh nghiệp của mình, đừng ngần ngại kết nối với họ, ngay cả khi họ ở thành phố khác.

MỞ RỘNG TÌM KIẾM NGOÀI PHẠM VI GOOGLE

Không thể phủ nhận Google là công cụ hữu hiệu khi tìm kiếm những agency. Tuy nhiên, đừng quên là bạn có cả một “mạng lưới” hỗ trợ là những mối quan hệ xung quanh. Nhiều agency chất lượng **được giới thiệu** từ những người bạn, người thân xung quanh chúng ta và không nhất thiết phải thông qua Google.

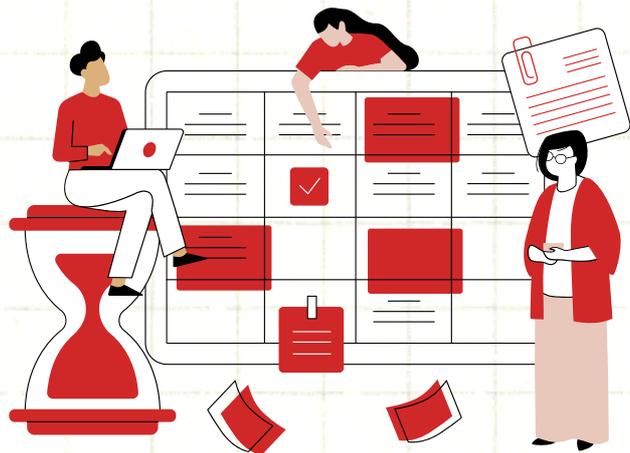
ĐẢM BẢO AGENCY CUNG CẤP CÁC DỊCH VỤ TOÀN DIỆN, THÍCH HỢP

Marketing là sự **kết hợp** của nhiều hoạt động khác nhau, vì vậy rất có thể một dự án này sẽ được kết nối với một dự án khác.

Một agency toàn diện phải có trình độ chuyên môn cao trong tất cả các khía cạnh của hoạt động marketing để đảm bảo công việc đạt hiệu quả cao nhất.

Agency có thể vận hành tốt trang web của bạn, nhưng họ chưa chắc biết kết hợp marketing trên website với các phương tiện truyền thông xã hội khác. Họ có thể thiết kế bộ nhận diện doanh nghiệp nhưng lại chưa biết cách sáng tạo trong thiết kế gian hàng triển lãm?

Một agency tốt có thể có **chuyên môn riêng** trong từng lĩnh vực nhưng phải đưa ra được những đề xuất và giải pháp toàn diện cho mọi vấn đề của quá trình marketing.



Nếu công ty của bạn có **quy mô nhỏ** và **không có ngân sách lớn** dành cho việc quảng cáo, thì việc tìm kiếm một agency có quy mô tương tự là lựa chọn phù hợp. Bởi một agency tên tuổi, quy mô lớn sẽ đi kèm với chi phí khá cao. Vì vậy, nếu ngân sách của bạn có hạn nhưng lại cần gói hỗ trợ toàn diện, hãy xem xét những agency “vừa tầm”.

ĐÁNH GIÁ ĐỀ XUẤT/ HỒ SƠ KINH DOANH CỦA CÁC AGENCY

Đừng quá **chú trọng** đến những video quảng cáo hay bản thuyết trình hào nhoáng, bắt mắt, hãy tập trung vào hồ sơ kinh doanh của họ và xem xét những đề xuất của họ dành cho dự án của bạn. Trên thực tế, trước khi gửi đề xuất, agency phải gặp mặt trực tiếp với đại diện của doanh nghiệp – đó là **cơ sở** và cũng là **khởi đầu** cho cả một quá trình hợp tác.

Những gì mà cả hai bên mong đợi chính là một bản kế hoạch tiềm năng. Bản kế hoạch này phải dự trù được kinh phí của các dịch vụ với đầy đủ những đề mục công việc mà phía agency sẽ thực hiện.

07

**NHỮNG ĐIỀU
CẦN CHUẨN BỊ KHI LÀM
TRONG NGÀNH QUẢNG
CÁO**

HIỂU SỰ KHÁC BIỆT GIỮA CÁC NGÀNH KHÁC NHAU

Thoạt nhìn quảng cáo và quan hệ công chúng giống nhau, nhưng giữa chúng thực chất có nhiều điểm khác biệt. Nhiều khi, hai ngành này bị nhầm lẫn là một. Trước khi tiếp tục, hãy biết ngành nào thực sự phù hợp với ý tưởng và tính cách của bạn. Điều này sẽ giúp bạn dễ dàng **vạch ra được lộ trình** cho mình, tránh đi lạc hướng.

CHỌN CON ĐƯỜNG SỰ NGHIỆP PHÙ HỢP

Trong lĩnh vực quảng cáo, bạn không nhất thiết lúc nào cũng phải **sáng tạo**. Nếu bạn tổ chức tốt, có kỹ năng nhân sự tốt và bạn có thể quản lý nhiều người làm việc trong các dự án khác nhau cùng một lúc để đảm bảo nhóm của bạn đáp ứng thời hạn thì vị trí Account Executive rất phù hợp với bạn.

Nếu bạn thuộc tuýp người yêu thích những con số thì việc nghiên cứu dữ liệu để xác định vị trí đặt quảng cáo trên các tuyến đường có thể sẽ phù hợp với bạn. Trong trường hợp này, một vị trí trong Bộ phận Truyền thông có thể là điều bạn đang tìm kiếm.

Hãy khám phá nhiều vị trí công việc khác nhau trong quảng cáo để xác định lĩnh vực nào bạn quan tâm nhất và lĩnh vực nào bạn muốn làm việc để từ đó đưa ra **lựa chọn đúng đắn** cho bản thân.

BIẾT NHỮNG GÌ NÊN MONG ĐỢI

Bạn cần tìm hiểu xem quảng cáo có phải là **ngành phù hợp** với bạn hay không. Bạn đã sẵn sàng làm việc nhiều giờ trong môi trường áp lực cao chưa?

Đây chỉ là một số trở ngại mà bạn có thể gặp phải với tư cách là một nhân viên quảng cáo mới vào nghề. Bạn thậm chí đã gặp phải một số **quan niệm sai lầm** về nghề quảng cáo và đôi khi chúng sẽ khiến bạn có những suy nghĩ sai lệch, lầm tưởng về nghề này. Do đó biết những gì mong đợi trước khi bạn thực hiện chính sẽ giúp bạn tránh bị vỡ mộng.

ĐÁNH GIÁ TRÌNH ĐỘ HỌC VẤN CỦA BẠN

Nhiều người khác chuyên ngành thạc mắc rằng liệu ngành nghề họ đã học có phù hợp với ngành quảng cáo hay không. Câu trả lời phụ thuộc vào các kỹ năng thực tế trong quá trình bạn làm việc.

Một số người trong ngành quảng cáo thậm chí **không có bằng cấp liên quan**. Vậy nên hãy đánh giá thật kỹ xem bạn cần gì để có thể trang bị cho mình những kiến thức tốt nhất để bước vào nghề.

Do đó lựa chọn ngành học phù hợp cho sự nghiệp quảng cáo phụ thuộc vào mục tiêu nghề nghiệp của chính bạn.

NGHIÊN CỨU KHẢ NĂNG CỦA BẢN THÂN

Làm việc trong một Agency không phải là cách duy nhất để trở thành một chuyên gia quảng cáo. Agency quảng cáo có lẽ là môi trường đầu tiên xuất hiện trong đầu bạn trước những lựa chọn thay thế khác có thể mang lại cho bạn sự nghiệp lâu dài và thành công.

Bạn có thể gia nhập các team in-house để bắt đầu sự nghiệp. Nhân viên tại các Agency thường dành phần lớn thời gian để **viết, quay và chỉnh sửa quảng cáo** cho khách hàng. Ngoài ra, các Agency quảng cáo có thể thuê người viết quảng cáo và nhà thiết kế đồ họa làm việc tự do, thậm chí một số Agency họ không có team sản xuất trực tiếp.

Hãy nghiên cứu về môi trường làm việc cụ thể, nơi thu hút bạn nhất. Điều này sẽ giúp bạn tìm kiếm việc làm có chủ đích và dễ dàng.



ĐĂNG KÝ LÀM THỰC TẬP SINH ĐỂ CÓ THÊM KINH NGHIỆM

Thực tập là một cách tuyệt vời để có được kinh nghiệm quý báu và giúp bạn có cơ hội làm việc trong các công ty quảng cáo.

Bạn hãy cố gắng làm việc để đạt được hiệu quả cao nhất trong thời gian thực tập.

Đừng trở thành một bình hoa di động. Đây là thời điểm để bạn tỏa sáng bằng cách giúp đỡ người khác, thể hiện sự hào hứng muốn tìm hiểu công việc và bắt tay vào thực hiện bất cứ điều gì mà mọi người giao cho.

TẠO CÁC SẢN PHẨM ĐỂ HIỂN THỊ CHO NTD TIỀM NĂNG

Viết hoặc **thiết kế mẫu** là cơ sở quan trọng nếu bạn muốn có một công việc như copywriter hoặc graphic designer. Nhưng nếu bạn chỉ mới bắt đầu, rất có thể bạn sẽ chưa có gì để thể hiện với nhà tuyển dụng.

Vì thế bạn có thể thiết kế lại một quảng cáo đã có để thể hiện năng lực của mình mà không cần kinh nghiệm.

CHUẨN BỊ PORTFOLIO CỦA BẠN

Khi được gọi phỏng vấn, bạn cần phải chuẩn bị một Portfolio cho bản thân. Bạn có thể đưa những **dự án đã làm**, các **công việc trước đây**, **mục tiêu nghề nghiệp** của bạn vào Portfolio nhằm phục vụ cho vòng phỏng vấn.

Chuẩn bị sẵn Portfolio của bạn trước có nghĩa là bạn đã sẵn sàng để đi ngay cả khi nhà tuyển dụng tiềm năng cần gặp bạn trong vòng một giờ tới.

Bạn có thể nghiên cứu trước yêu cầu của nhà tuyển dụng tiềm năng, từ đó thay đổi Portfolio của mình để thích ứng với những yêu cầu cụ thể của công ty, điều này sẽ khiến bạn thực sự nổi bật giữa hàng ngàn hồ sơ đổ về.

THAM GIA PHỎNG VẤN

Bây giờ bạn đã quyết định vị trí ứng tuyển mà bạn quan tâm nhất, sẵn sàng để tham gia các cuộc phỏng vấn. **Hãy thực tế, kiên trì và trung thực.**

Đây là một số điều cơ bản khi tìm việc, tuy nhiên còn có những cách khác để tăng cơ hội nhận được chú ý khi bạn ứng tuyển vào vị trí để bạn có thể chắc chắn trúng tuyển cuộc phỏng vấn.

NHẬN VIỆC

Khi bạn thực hiện xong các bước nêu trên, bạn đã chuẩn bị tốt hơn hầu hết những người muốn bắt đầu sự nghiệp trong lĩnh vực truyền thông quảng cáo. **Hãy nắm bắt cơ hội khi bạn có thể.**



08

LỘ TRÌNH THĂNG TIẾN TRONG MARKETING TỪ NEWBIE → CMO

NEWBIE



MANAGER

DIRECTOR



VP



CMO



NEWBIE



NĂM KINH NGHIỆM

0 - 2 năm

VỊ TRÍ THÔNG THƯỜNG

- Account Coordinator
- Social media coordinator
- Project coordinator
- Marketing coordinator
- Event marketing coordinator
- Event marketing specialist
- Marketing Specialist

NHIỆM VỤ

- Thực hiện các công việc **hỗ trợ** quá trình sáng tạo
- Trình bày **báo cáo** và **dự báo** cho ban lãnh đạo công ty / khách hàng tiềm năng
- Lên các **kế hoạch truyền thông**
- **Quản lý** dịch vụ khách hàng
- **Điều phối** một sự kiện hoặc dự án đặc biệt.

CẤP ĐỘ CƠ BẢN

- Giúp bạn **hiểu biết cơ bản** về hoạt động bên trong của doanh nghiệp
- Tạo **nền tảng** các **kỹ năng mềm** cho sự phát triển nghề nghiệp lâu dài.

MANAGER



NĂM KINH NGHIỆM

3 - 4 năm

VỊ TRÍ THÔNG THƯỜNG

- Advertising manager
- Public relations manager
- Promotions manager
- Brand manager
- Sales manager
- Social media manager
- Community manager
- Product marketing manager

NHIỆM VỤ

- **Thiết lập, duy trì và đánh giá** các chiến lược Marketing

VAI TRÒ CỦA MANAGER LÀ SỰ LÃNH ĐẠO

- **Điều phối** việc thực hiện chiến lược Marketing và thiết lập các quy trình
- **Nuôi dưỡng** sự phát triển của nhân viên cấp dưới.

DIRECTOR



NĂM KINH NGHIỆM

6 - 7 năm

VỊ TRÍ THÔNG THƯỜNG

- Director of Marketing Research
- Director of Advertising sales
- Director of Media
- Director of Public Relations

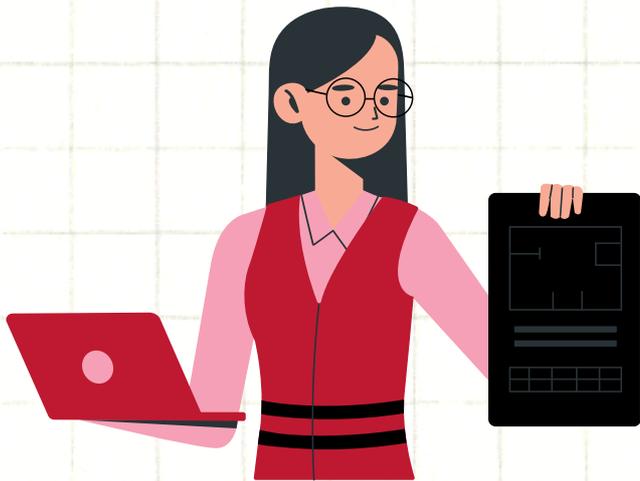
NHIỆM VỤ

- Nhận **nguyên cứu** và **báo cáo** từ các giám đốc bộ phận về điều kiện thị trường, dữ liệu khách hàng và các hoạt động của đối thủ cạnh tranh
- **Điều chỉnh chiến lược** tổng thể với mục đích hoàn thành các mục tiêu kinh doanh.

MỤC TIÊU

- Tăng **ý định mua hàng** và sự **hào hứng** cho khách hàng tiềm năng của thương hiệu.

VP OF MARKETING



NĂM KINH NGHIỆM

12 - 14 năm

VỊ TRÍ THÔNG THƯỜNG

- VP of Brand Development
- VP of Digital Marketing

NHIỆM VỤ

- **Người phát ngôn** của công ty
- **Thu hẹp** mọi khoảng cách và **củng cố** các sản phẩm và hoặc dịch vụ của công ty
- **Quảng bá** và **định hướng** theo nhóm
- Phỏng vấn và **tuyển dụng** cho các vị trí chính

VAI TRÒ VP OF MARKETING ĐÒI HỎI

- Kỹ năng lãnh đạo
- Kỹ thuật
- Kinh doanh

CHIEF MARKETING OFFICER (CMO)



NĂM KINH NGHIỆM

Trên 20 năm

VỊ TRÍ THÔNG THƯỜNG

- Nhà marketing thương hiệu
- Nhà nhân học văn hóa
- Nhà công nghệ marketing
- Nhà marketing đại lý
- Agency marketers

NHIỆM VỤ

- **Điều hành** tất cả các lĩnh vực Marketing: *phát triển, lập kế hoạch và giám sát việc thực hiện* tất cả các sáng kiến Marketing.
- **Báo cáo** cho Giám đốc điều hành (CEO)
- Chịu trách nhiệm cuối cùng về **ROI** của các sáng kiến Marketing trong công ty.

“ **Mặc dù không toàn diện nhưng đây sẽ là một bản phác thảo hữu ích về con đường sự nghiệp marketing.**



09

**CÔNG VIỆC VỀ MARKETING
MÀ BẠN NÊN THỬ**



ACCOUNT EXECUTIVE

NHIỆM VỤ

- **Tìm kiếm** khách hàng mới.
- Tạo dựng và duy trì **mối quan hệ** với khách
- Tiếp nhận, phân tích **Brief**
- **Tư vấn** kế hoạch truyền thông
- Làm việc với **team truyền thông**

KĨ NĂNG

- Khả năng giao tiếp.
- Khả năng đàm phán, thuyết phục
- Tác phong chuyên nghiệp, trách nhiệm.
- Am hiểu về ngành Marketing
- Sự nhạy bén trong xử lý tình huống.

VAI TRÒ

- Công việc chính của bộ phận Account chính là giữ cho công việc trôi chảy trong Agency, để làm được điều này họ sẽ **thiết lập mối quan hệ tốt với khách hàng** và **liên tục giám sát công việc của bộ phận sáng tạo**.
- Khi mối quan hệ khách hàng trở nên tồi tệ, các thành viên của bộ phận Account cần là người nhìn thấu được điều đó đầu tiên. Từ đó, nhanh chóng đưa ra những phương pháp để xây dựng lại mối quan hệ đó

“ **Account Executive giúp bạn trở thành một con người toàn diện** ”



ACCOUNT COORDINATOR

- Vị trí này sẽ dành cho các **sinh viên** mới tốt nghiệp hoặc **người mới** vào nghề.
- Phải dành nhiều thời gian cho các **công việc hành chính** bên cạnh **việc điều phối**.
- Nhưng đây sẽ là **bước đệm** tốt cho bạn để phát triển lên vị trí cao hơn.



ACCOUNT EXECUTIVE

- Account Executive đóng **vai trò chính**
- **Nhiệm vụ:** Làm việc với khách hàng để tạo bản brief cho Team sáng tạo
- AE cũng xử lý **ngân sách, pitching, quản lý thời gian** thực hiện và **hoạt động hàng ngày** của khách hàng đó.
- AE **báo cáo** cho người quản lý hoặc Account Director.



ACCOUNT COORDINATOR

- Account Planner biết **NTD muốn gì**.
- **Định hướng chiến lược** của từng chiến dịch và đảm bảo công việc sáng tạo được tập trung vào cả **thương hiệu** và **chiến lược**.
- Vai trò **quan trọng** nhưng nhiều đơn vị lại đặt kế hoạch lên vai của Account Manager hoặc Director.



ACCOUNT MANAGER

- Là đầu mối liên hệ chính
- **Nhiệm vụ:** Thiết lập *ngân sách*, giải quyết *xung đột*, đảm bảo *giao hàng* kịp thời, viết *brief* và *phê duyệt* các khoản thanh toán đến và đi từ khách hàng.
- **Chịu trách nhiệm:** Các hợp đồng và gia hạn hợp đồng, kiểm soát chất lượng nhân viên account và tích cực theo đuổi các cơ hội mới với khách hàng.



ACCOUNT DIRECTOR

- **Nhiệm vụ:** Điều hành dịch vụ, biết cấu trúc và hoạt động của khách hàng, có kỹ năng kinh doanh và bán hàng, giúp khách hàng hiểu tại sao nó lại tốt cho doanh nghiệp
- Một Account Director thực sự **xuất sắc** là một nhà tư tưởng chiến lược, có kỹ luật, người cung cấp Brief sáng tạo xuất sắc khi cần thiết và hỗ trợ trong việc chỉ đạo và thực hiện tổng thể của từng chiến dịch.



Xem thêm các bài viết về marketing tại:

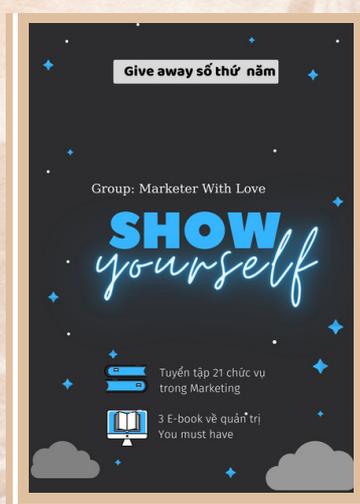
wewin.com.vn/blog

Đăng kí nhận ebook, bài viết thành tuần, hàng tháng:

[Tại đây](#)



Các chương trình Give Away khác của WeWin Media



Mong rằng NOTELOVE này sẽ hữu ích đối với quý thành viên. Nếu cảm thấy chương trình Give Away 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