

Надежда Мешавкина
к.с.н., руководитель
отдела маркетинга



**«Карьера выпускника
факультета философии и
социологии в отрасли
маркетинговых
исследований»**



Маркетинговые исследования – это ...
подставьте здесь определение, которое вам
нравится больше всего.



Я предпочитаю считать, что это

|| совокупность стратегий, методик, методов и инструментов, позволяющих определить характеристики рынка, изучить поведение целевой аудитории и выявить нужды и потребности потребителей, чтобы на основе полученной информации принять управленческие решения. ||

Наиболее часто проводимые маркетинговые исследования:



Исследования

стратегические, на старте

- изучение емкости и доли рынка
- мониторинг конкурентов
- анализ потребительского поведения и ожиданий на стадии разработки товара / услуги
- фокус-группы, холл-тесты, дегустации, тест-драйвы и т.п. с готовым продуктом / услугой
- бенчмаркинг
- анализ ценообразования и восприятия цены и ценности
- иные виды исследований



Исследования

тактические

- изучение потребителей и спроса
- мониторинг конкурентов (еженедельно, ежемесячно, ежеквартально, ежегодно – в зависимости от специфики бизнеса)
- изучение каналов продаж и товародвижения, оборотов, ABC-анализ и т.д.
- анализ рекламных активностей и медиаканалов
- анализ узнаваемости бренда
- прочие виды исследований

Компетенции, нужные для работы в отрасли маркетинговых исследований:



- целеполагание:**
умение ставить цель, определять задачи работы;
- планирование и прогнозирование:**
не только определить порядок действий и сроки их выполнения, а заложить ресурсы и контролировать ход работ на пути к результату;
- коммуникативность:**
один в поле не воин, нужно взаимодействовать с партнерами внутри компании и подрядчиками вне ее;
- креативность:**
производство идей и предложений, создание новых методик на основе объединения или изменения старых и т.п.;
- проактивность:**
способность подстраиваться под быстрые изменения рынка, технологий работы, и предвосхищать будущие потребности потребителей и компании;
- аналитические способности:**
не просто обрабатывать результаты исследований, а делать из них верные выводы;
- знание социологии и психологии:**
подбор визуала, инструментария и формулировок с учетом социально-психологических особенностей аудитории.

Карьера в области маркетинговых исследований:

Получение первичных навыков:



- самообучение**
- прохождение практики (на кафедре, на предприятии, стартап)**
- прохождение стажировки (неоплачиваемой / оплачиваемой)**
- отработка теории и закрепление навыков на базе собственных аккаунтов в социальных сетях, на своем социальном окружении (друзья, родные, одногруппники, подписчики и т.д.)**



Трудоустройство:

- начните со стартовых позиций (маркетолог, специалист по маркетингу, менеджер по рекламе и маркетингу, бренд-менеджер, ассистент этих специалистов)**

Карьера в области маркетинговых исследований:

Развитие карьеры:

- повышайте квалификацию: читайте книги и статьи, проводите эксперименты**
- участуйте в отраслевых мероприятиях: конференциях, семинарах, вебинарах, мастер-классах, воркшопах, марафонах по смежным дисциплинам и отраслям**
- нарабатывайте экспертность: проводите консультации, берите шефство над новыми сотрудниками, вводите их в должность, предлагайте решения стоящих перед компанией задач**
- рассказывайте о собственных кейсах, рассылайте их отраслевым изданиям и работодателям, которые вам интересны**
- развивайте личный бренд**
- сотрудничайте с карьерными консультантами, определяйте приоритетные для себя профессиональные области, задачи и компетенции, которые хотите развивать**
- будьте в тренде**



НАШИ ЗАКАЗЧИКИ



SCANIA

“

Наша специализация - это комплексный подход. Мы считаем, что только связка маркетинговой методологии, рекламных инструментов и анализ проведенных действий даст наиболее эффективный результат.

Мы проводим ежемесячный анализ, формируем отчет и при необходимости корректируем стратегию.

”

Основные направления деятельности:



Реклама
разработка и
внедрение
рекламных
кампаний



SMM и SEO
комплексное
ведение аккаунтов в
соц.сетях и
продвижение сайтов



PR
от точечного
мероприятия до
масштабной
кампании



Маркетинг
проведение
маркетинговых
исследований,
аудиты, разработка
маркетинговых
стратегий

СПАСИБО ЗА УДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ И ВНИМАНИЕ!

Надежда Мешавкина
Контакты для связи:



createrra-spb.ru

2021 (c)