

Рекламщик - кто он такой?



Реклама – это не только «перерывы на кофе» в любимых сериалах и ток-шоу. Это не только красочные щиты, за которыми не видно знаков дорожного движения, светофоров и домов. Это не только слоганы, оккупировавшие нашу речь. Реклама – это серьезный и рискованный бизнес. Это много напряженной работы и чуть-чуть таланта, интуиции и везения.

Всю цепочку от производителя товаров или услуг (заказчика рекламы) до создания и размещения готового рекламного продукта обслуживает множество специалистов: сотрудники отдела по рекламе компании, рекламного агентства и рекламной службы СМИ. Их количественный и качественный состав может сильно различаться.

О компетенциях (или что должен уметь делать менеджер по рекламе):

- Менеджер (в области рекламного дела) должен иметь:
 - отличные знания в области «public relations» (связи с общественностью);
 - базовые знания по экономике;
 - навыки практической психологии;
 - должен ориентироваться в вопросах занятости, социальной защиты граждан; конфликтологии;
 - трудового законодательства,
 - закономерности ценообразования, налогообложения, маркетинга, рекламы,
 - уметь работать на компьютере;
 - владеть техникой ведения коммерческих переговоров, организации производства; готовность работать в экстремальных ситуациях;
 - умение продвигать товары и услуги.

Менеджер по рекламе организует рекламные компании: планирует, разрабатывает и руководит, а также определяет затраты на их проведение. Его основная задача – поддерживать и постоянно улучшать имидж компании в глазах общественности.

Менеджер по рекламе крупной компании, где практикуется четкое разделение функций, координирует деятельность всего отдела, сотрудничает с маркетологами, контактирует с рекламными агентствами и рекламными службами СМИ, отслеживает эффективность рекламных кампаний.

Менеджер по рекламе в электронных и печатных средствах массовой информации работает с клиентами и рекламными агентствами, занимается поиском новых рекламодателей, контролирует правильность размещения рекламы.

Менеджер по работе с клиентами (account manager) в рекламном агентстве является связующим звеном между заказчиками и производителями рекламы (копирайтерами, дизайнерами), разрабатывает и ведет рекламные проекты в сотрудничестве с маркетологами, бренд-менеджерами, медиа-планнерами.