

Эссе «Маркетолог – моя будущая профессия»

Селезнев Артем

УО «Минский государственный колледж торговли и коммерции»

На сегодняшний день я учусь в колледже на маркетолога, и в последнее время меня посетило большое желание пойти работать по специальности как можно скорее, ведь я уже достаточно много знаю о этой профессии и мне очень хотелось бы применить свои знания на практике.

Сама по себе работа маркетолога достаточно интересная. Она включает в себя как работу с различными данными, так и творческий потенциал. Ежедневно они встречаются со множеством данных о целевой аудитории компании или, например, о конъюнктуре рынка. Креативность в данной профессии проявляется в умении правильно преподнести товар до покупателя, а также интересно и эффективно прорекламирровать его. А самое главное то, что мы сталкиваемся с работой маркетолога каждый день. И ведь на самом деле если проанализировать то, как мы проводим свой повседневный быт, можно понять, что это профессия окружает нас повсюду.

Например, с самого утра мы не редко заглядываем в социальные сети, чтобы узнать о жизни других или поделиться с ними своей; по дороге на работу нас сопровождают рекламные баннеры и афиши различных выступлений; проходя мимо множества магазинов мы решаемся зайти и купить новую книгу, или необходимые товары для дома; при просмотре фильмов мы можем увидеть рекламу нового лекарственного препарата или бытовой техники. Примеры можно привести даже с самыми банальными вещами, которые человек выбирает сам: кровать, за её удобство, еда, за её цену и содержание полезных веществ, одежда, за её привлекательность и качество.

Наверное, вы задались вопросом: неужели у маркетологов действительно так много обязанностей? Разве они не продвигают товары, которые люди не хотят покупать самостоятельно?

Сегодня очень часто маркетологов считают людьми, которые пытаются продать ненужные или некачественные товары, но так ли это на самом деле?

Маркетолог – это в первую очередь человек, который умеет не только видеть, но и наблюдать. Это профессия помогает нам понять самих себя, то, чего мы хотим. На самом деле маркетологи занимаются очень важной и трудной работой. Каждый день они по мельчайшим деталям и крупным блокам информации понимают в чём сейчас нуждаются люди.

Любому человеку было бы трудно понять, чего сейчас хочет другой, но помимо этого маркетологи составляют различные схематики поведения, подстраивают товары под нужды потребителя и узнают, чем их товар лучше аналогов. Их главной задачей является продвижение, но не самого товара, а его качеств и достоинств, которые удовлетворяют потребности клиентов.

И делают они это абсолютно разными способами, начиная от исследования рынка, заканчивая целыми программами по эффективности сбыта.

Одной из интересных способностей маркетолога является то, что он может быть психологом, аналитиком, стратегом и продавцом одновременно. Он как психолог знает на что обращать внимание при разговоре с потенциальным покупателем, как аналитик может понять в чем нуждаются клиенты, как стратег может чётко и уверенно разработать план продвижения товара и как продавец может умело преподнести товар потребителям.

Даже на парах нам говорят, что маркетологи – это люди, которые превращают хаос в чёткую систему. На самом деле маркетолог – это внимательный слушатель. Он погружается в мир цифр и аналитики, чтобы услышать, о чём говорят потенциальные клиенты. Почему они ушли с сайта, не купив? На каком слове в рассылке они зацепились взглядом? Что ищут в поисковике поздним вечером, пытаясь решить свою проблему? Эти

тихие сигналы, эти следы в цифровом пространстве — их главный материал работы. Именно так он превращает безликие данные в живые портреты людей с их желаниями и страхами.

Лично для меня маркетолог – это не просто работник с рекламой, это некий почтальон, который доставляет людям необходимые для них товары. Он не просто крикун с мегафоном, он сначала аналитик, потом психолог, затем стратег, продавец и только после этого он становится настоящим маркетологом.

В заключение хочу сказать, что стать маркетологом для меня означает стать «мостом», связывающим компанию и их продукцию с нуждающимися в них людьми. Меня вдохновляет возможность не просто продавать, а рассказывать истории, создавать эмоции и влиять на принятие решений. Эта профессия позволяет сочетать в себе логику данных и полет фантазии, что идеально соответствует моему мироощущению и характеру. Я верю, что именно в маркетинге смогу максимально раскрыть свой потенциал, создавая проекты, которые будут не только эффективными, но и запоминающимися, а значит – по-настоящему значимыми.