

مدل شایستگی شغل: کارشناس بازاریابی

این سند با بررسی منابع معتبر موجود در این زمینه (مانند SHRM، Korn Ferry، DDI، ONET) و در نظر گرفتن فضای کار ایران، توسط هیئت علمی Job Skill طراحی و پیشنهاد شده است.

آنچه افراد شاغل در این شغل انجام می دهند:

تحقیق در مورد شرایط بازارهای محلی، منطقه‌ای، ملی یا آتلاین. جمع‌آوری اطلاعات برای تعیین فروش بالقوه یک محصول یا خدمات، یا برنامه‌ریزی یک کمپین بازاریابی یا تبلیغاتی. ممکن است اطلاعاتی در مورد رقبا، قیمت‌ها، فروش‌ها و روش‌های بازاریابی و توزیع جمع‌آوری کند. ممکن است از تاکتیک‌های بازاریابی جستجو استفاده کند، معیارهای وب را تجزیه و تحلیل کند و توصیه‌هایی را برای افزایش رتبه‌بندی موتورهای جستجو و دیده شدن در بازارهای هدف ارائه دهد.

مهمترین وظایف فرد شاغل در این شغل:

جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها در مورد جمعیت‌شناسی، ترجیحات، نیازها و عادات خرید مشتریان
تهیه گزارش یافته‌ها و نمایش گرافیکی
انجام تحقیقات در مورد نظرات مصرف‌کنندگان و استراتژی‌های بازاریابی، با همکاری متخصصان بازاریابی، نظرسنجی‌ها و سایر متخصصان.

شایستگی‌های تخصصی

این گروه از شایستگی‌ها به صورت تخصصی و بر اساس نیاز هر یک از شغل‌ها تعریف شده است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی‌ها در این گروه بر اساس ویژگی‌های هر شغل تغییر می‌کند.

اولویت	عنوان شایستگی تخصصی	سطح پیشنهادی	آموزش‌های پیشنهادی
۱	بازاریابی	پیشرفته	اصول و استراتژی‌های بازاریابی، مدیریت بازار، بازاریابی دیجیتال
۲	برندینگ و تبلیغات	پیشرفته	مدیریت برند، تبلیغات یکپارچه، طراحی کمپین تبلیغاتی
۳	فروش	متوسطه	مدیریت قیف فروش، هماهنگی بازاریابی و فروش، Lead Generation
۴	مذاکره و متقاعدسازی	متوسطه	تکنیک‌های متقاعدسازی، مذاکره تجاری، مدیریت اعتراض مشتری
۵	مالی و حسابداری	مقدماتی	بودجه‌بندی کمپین‌ها، تحلیل ROI، مدیریت هزینه‌های بازاریابی
۶	مدیریت تولید و عملیات	پایه	آشنایی با زنجیره ارزش و فرآیندهای عملیاتی سازمان

شایستگی های عمومی

این گروه از شایستگی ها به صورت عمومی برای تمامی شغل ها تعریف شده است و تمرکز آن بر موضوعاتی است که درک و به کارگیری آن ها در تمامی شغل ها لازم و ضروری است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی ها در این گروه بر اساس ویژگی های هر شغل تغییر می کند.

اولویت	عنوان شایستگی عمومی	سطح پیشنهادی	آموزش های پیشنهادی
۱	خلاقیت	پیشرفته	تفکر طراحی، ایده پردازی
۲	ارتباط کلامی	پیشرفته	فن بیان، ارتباطات مدیریتی، ارائه و پرزنتیشن
۳	تفکر نقادانه	پیشرفته	تفکر تحلیلی، تحلیل داده های فروش، ارزیابی استدلال
۴	ارتباط نوشتاری	پیشرفته	مکاتبات تجاری، گزارش نویسی مدیریتی
۵	فناوری و کامپیوتر	پیشرفته	Excel پیشرفته، CRM، داشبوردهای مدیریتی
۶	تصمیم گیری و حل مسئله	متوسطه	تکنیک های تصمیم گیری مدیریتی، حل مسئله، تحلیل سناریو
۷	زبان انگلیسی	متوسطه	زبان انگلیسی تجاری و مکاتبات بازرگانی
۸	حقوق و قوانین	مقدماتی	قوانین تجارت، قراردادهای حقوق کار
۹	بهداشت و ایمنی محیط (HSE)	پایه	HSE عمومی، مدیریت ایمنی کارکنان

شایستگی های پایه

این گروه از شایستگی ها به صورت پایه برای تمامی شغل ها تعریف شده است و تمرکز آن بر موضوعاتی است که درک و به کارگیری آن ها در تمامی محیط های کاری لازم و ضروری است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی های این گروه برای تمامی شغل ها یکسان در نظر گرفته شده است.

اولویت	عنوان شایستگی پایه	سطح پیشنهادی	آموزش های پیشنهادی
-	شایستگی های محیط کار	متوسطه	مدل ذهنی حضور در محیط کار، آشنایی با ساختار سازمانی، آشنایی با بازار کار، ارتباط موثر در محیط کار
-	خود مدیریتی	متوسطه	خودآگاهی، مدیریت بر خود
-	ارتباط موثر	متوسطه	ارتباط موثر
-	یادگیری	متوسطه	اصول مفاهیم یادگیری، مهارت های مطالعه و یادگیری

توضیحاتی در رابطه با نحوه طراحی مدل شایستگی

کارشناس بازاریابی مسئول شناسایی نیازهای بازار، تحلیل رفتار مشتریان، اجرای برنامه های بازاریابی و پشتیبانی از رشد فروش و برند سازمان است. این نقش نقطه اتصال مهمی میان مشتری، بازار، واحد فروش و مدیریت سازمان محسوب می شود و به همین دلیل نیازمند ترکیبی از مهارت های تحلیلی، ارتباطی و اجرایی است.

بالاترین اولویت های این شغل بر شایستگی های «بازاریابی»، «تحقیقات بازار»، «تحلیل داده های بازاریابی»، «برندینگ و تبلیغات» و «بازاریابی دیجیتال» متمرکز شده اند؛ زیرا موفقیت کارشناس بازاریابی وابسته به توانایی درک بازار، تحلیل داده ها، طراحی فعالیت های ترویجی و سنجش اثربخشی اقدامات بازاریابی است. همچنین مهارت های ارتباطی و خلاقیت در این شغل نقش کلیدی در طراحی پیام های بازاریابی و تعامل مؤثر با مشتریان و ذی نفعان دارند.

از سوی دیگر، شایستگی هایی مانند مدیریت تولید، رهبری و مدیریت منابع انسانی برای این جایگاه اهمیت کمتری دارند، زیرا در سطح کارشناسی مسئولیت مستقیم مدیریت افراد یا فرآیندهای عملیاتی سازمان وجود ندارد. با این حال آشنایی مقدماتی با این حوزه ها به افزایش درک کسب و کار و همکاری بین واحدی کمک خواهد کرد. مدل شایستگی پیشنهادی تلاش می کند توازن مناسبی میان مهارت های تحلیلی، دیجیتال، ارتباطی و تجاری مورد نیاز یک کارشناس بازاریابی حرفه ای ایجاد کند.