

مدل شایستگی شغل: مدیر ارشد 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:

برنامه ریزی، هدایت یا هماهنگی سیاست‌ها و برنامه‌های بازاریابی، مانند تعیین تقاضا برای محصولات و خدمات ارائه شده توسط یک شرکت و رقبای آن، و شناسایی مشتریان بالقوه. تدوین استراتژی‌های قیمت‌گذاری با هدف به حداکثر رساندن سود یا سهم بازار شرکت و در عین حال اطمینان از رضایت مشتریان شرکت. نظارت بر توسعه محصول یا رصد روندهایی که نشان دهنده نیاز به محصولات و خدمات جدید هستند.

مهمترین وظایف فرد شاغل در این شغل:

شناسایی، توسعه یا ارزیابی استراتژی بازاریابی، بر اساس دانش اهداف کسب و کار، ویژگی‌های بازار و عوامل هزینه و افزایش قیمت. تدوین، هدایت یا هماهنگی فعالیت‌ها یا سیاست‌های بازاریابی برای تبلیغ محصولات یا خدمات، با همکاری مدیران تبلیغات یا ترویج. ارزیابی جنبه‌های مالی توسعه محصول، مانند بودجه‌ها، هزینه‌ها، اعتبارات تحقیق و توسعه یا پیش‌بینی‌های بازگشت سرمایه و سود و زیان

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	خبره	مدیریت بازاریابی استراتژیک، بازاریابی یکپارچه، مدیریت تجربه مشتری
۲	مدیریت استراتژیک	خبره	تدوین استراتژی رشد، تحلیل رقابتی، برنامه‌ریزی راهبردی
۳	رهبری	خبره	رهبری تحول، توسعه تیم‌های بازاریابی، مدیریت عملکرد
۴	برندینگ و تبلیغات	خبره	استراتژی برند، مدیریت ارزش ویژه برند، کمپین‌های تبلیغاتی کلان
۵	شایستگی‌های مدیریت	خبره	مدیریت واحدهای سازمانی، حاکمیت شرکتی، مدیریت تغییر
۶	مذاکره و متقاعد سازی	خبره	مذاکرات راهبردی، مدیریت ذی‌نفعان، نفوذ سازمانی
۷	فروش	پیشرفته	هم‌راستاسازی فروش و بازاریابی، مدیریت درآمد، استراتژی‌های فروش
۸	مالی و حسابداری	پیشرفته	مدیریت بودجه بازاریابی، تحلیل سودآوری، ROI کمپین‌ها
۹	مدیریت منابع انسانی	پیشرفته	توسعه سرمایه انسانی، جانشین‌پروری، مدیریت استعداد
۱۰	مدیریت تولید و عملیات	متوسطه	مدیریت زنجیره ارزش، برنامه‌ریزی عرضه و تقاضا، هماهنگی عملیات با بازار

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 های این گروه بر اساس ویژگی های هر شغل تغییر می کند.

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

مدیر ارشد بازاریابی (Chief Marketing Officer / Head of Marketing) مسئول هدایت استراتژی های بازاریابی، مدیریت برند، توسعه بازار، افزایش سهم بازار، خلق ارزش برای مشتریان و هم راستا کردن فعالیت های بازاریابی با اهداف کلان سازمان است. این نقش یکی از جایگاه های کلیدی مدیریتی سازمان محسوب می شود و تأثیر مستقیمی بر رشد درآمد، جایگاه رقابتی و ارزش برند دارد.

به همین دلیل شایستگی های «بازاریابی»، «مدیریت استراتژیک»، «رهبری»، «برندینگ و تبلیغات» و «مدیریت تحول دیجیتال» در بالاترین سطح (خبیره) قرار گرفته اند. مدیر ارشد بازاریابی باید بتواند روندهای بازار را تحلیل کرده، استراتژی های رشد را طراحی کند، برند سازمان را توسعه دهد و واحدهای مختلف را در جهت تحقق اهداف تجاری همسو سازد.

همچنین با توجه به حرکت سازمان ها به سمت تصمیم گیری داده محور، شایستگی های «تحلیل داده و هوش تجاری»، «مدیریت تجربه مشتری» و «مدیریت ارتباط با مشتری» به عنوان شایستگی های افزوده شده در اولویت بالا قرار گرفته اند. در سازمان های امروزی، موفقیت مدیر ارشد بازاریابی تنها به دانش تبلیغات محدود نیست، بلکه به توانایی تبدیل داده ها به بینش های تجاری، هدایت تحول دیجیتال و خلق مزیت رقابتی پایدار وابسته است.