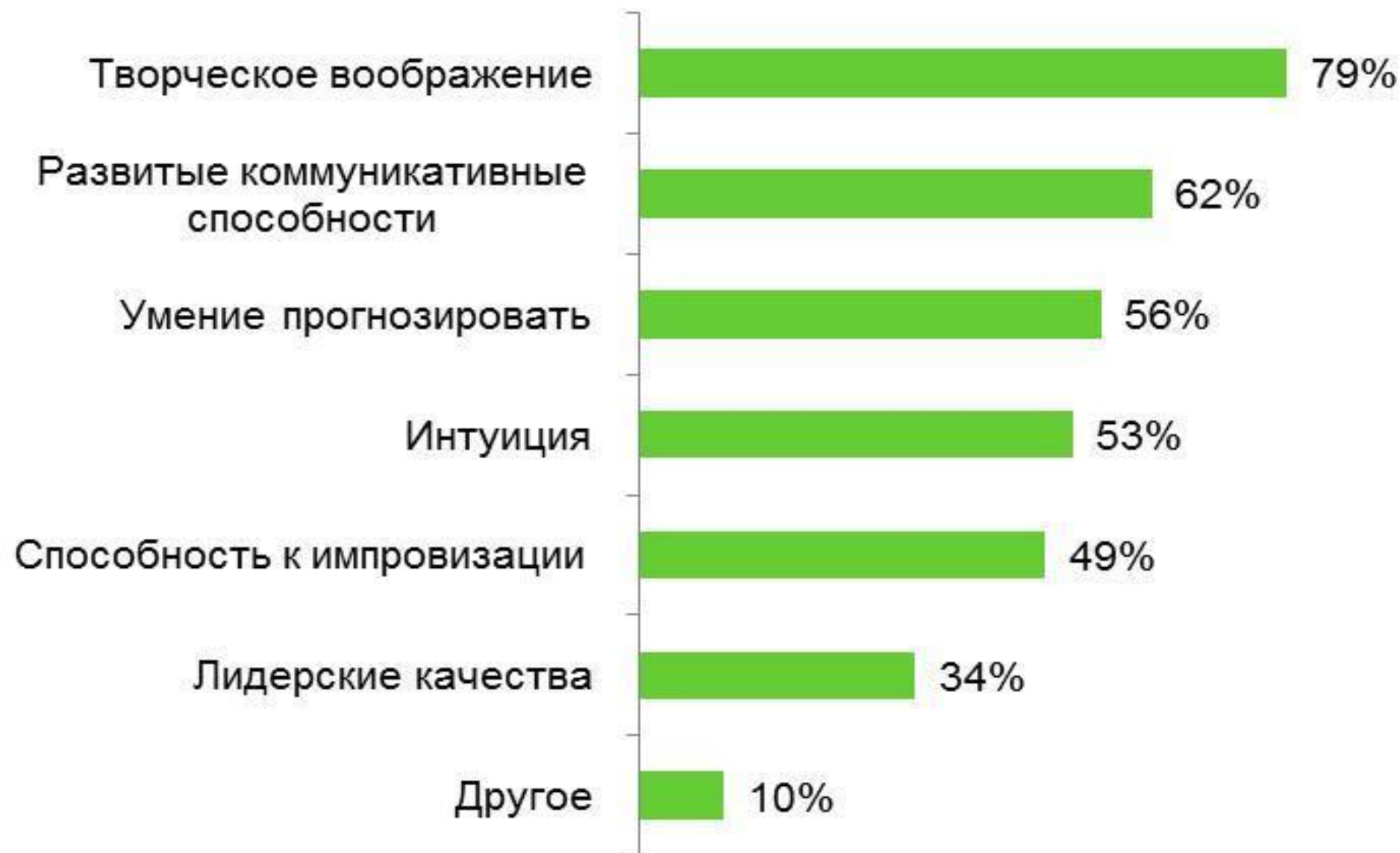


Почему я стал рекламистом

□ Получить высшее образование рекламиста в России стало возможно совсем недавно. Связано это с тем, что современному рекламному рынку в нашей стране всего лишь около двадцати лет. Путём проб и ошибок российская рекламная индустрия начинает выходить на достойный уровень, но до западных коллег нашим специалистам, к сожалению, пока ещё далеко.

Какие качества нужны человеку, чтобы стать великим рекламщиком?



Профессиональный праздник

□ Профессиональный праздник рекламистов придумал студент. В 1994 году Ален Ардасенов, подрабатывавший тогда рекламным агентом в «Деловом экспрессе», сделал памятной датой 23 октября — день, когда молодой человек получил свой первый заказ. К 2001 году идея отмечать День работников рекламы была подхвачена не только друзьями Алена, но и его коллегами по всей стране. Теперь ежегодно заинтересованные компании проводят в этот день и корпоративные вечеринки, и масштабные концерты с награждением лучших рекламщиков.

□ Профессия рекламщика (медиапродавца, менеджера по рекламе, специалиста по продажам рекламных возможностей...) сочетает в себе все три составляющие. Что делает её очень привлекательной для людей умных, творческих, умеющих принимать решение и нести ответственность, которые хотят, чтоб их заработок зависел в первую очередь от них.

Карьерная лестница

- Что такое карьера для рекламщика? Вообще, карьера в обычном понимании – это некое движение вверх по служебной лестнице с получением новых званий и большей зарплаты.
- Карьерный рост рекламщика – это рост его заработка, рост клиентской базы, рост его клиентов и их бюджетов. По мере вовлечения в работу, получения первых результатов, когда видишь, как растут твои продажи и доходы, понимаешь, как профессионализм (производное карьеры) превращается в деньги.

Плюсы и минусы профессии рекламиста

□ Преимущества:

- постоянное общение, знакомство с новыми людьми;
- креативная профессия;
- зарплата ограничена только мотивацией и профессиональными качествами;
- возможность работы во многих сферах бизнеса.

□ Недостатки:

- трудный путь начинающего специалиста, работа которого заключается в активных продажах по телефону;
- высокая конкуренция на рынке;
- достичь карьерных и финансовых высот можно только в больших городах.

□ Профессионалы в рекламной сфере всегда будут цениться. Современный бизнес невозможно представить без рекламы, для увеличения продаж товар должен быть известным и узнаваемым. Талантливые специалисты могут претендовать на должности менеджера по рекламе, бренд-менеджера или руководителя отдела рекламы. Нарабатыв клиентскую базу и обучившись мастерству ведения переговоров, многие агенты открывают собственную компанию.

Подведем итоги...

□ Профессии рекламщика – очень сложная, интересная, требующая максимального вовлечения в обучение, развитие, рабочие процессы. Не «от звонка до звонка». Это очень благодарная работа. Вы сможете увидеть результаты своего труда уже очень быстро – сразу после заключения контракта. Я считаю эту профессию самой интересной и полезной в сфере B2B. Потому как, специалист по продвижению – это фактически готовый руководитель любого предприятия малого и среднего бизнеса, умеющий разбираться во многих бизнес-процессах, маркетинге, финансах и т.д. Но идти в эту профессию «попробовать» - не стоит. И своё время потратите и наше.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**