

РАБОТА.RUМосква | [Другой город](#)

Молодым у нас везет с работой

[Работа.ру](#)[Поиск работы](#)[Подбор персонала](#)[Учеба](#)[Работа.ру](#)[Форумы](#)[Работа.ру](#) → [Работа.ру](#) → [Мониторинг рынка](#)

Маркетологи и близкие родственники

5 востребованных профессий в пресловутой области маркетинга, рекламы и пиара. Сколько им платят в Москве и регионах?

20 июля · Екатерина Кожеватова



Менеджер по работе с клиентами, пиарщик, бренд-менеджер, маркетолог-аналитик и копирайтер — если кандидатов на эти позиции и находят, то часто бывает, что новый сотрудник — талантливый мошенник, который сумел мобилизоваться на время интервью, но к работе не пригоден. Причина, как и в сфере продаж, — сравнительная легкость вхождения в профессиональную роль. Ну какие, скажите, особые требования предъявляют в объявлениях о вакансиях, например, к пиарщику? Во многих случаях — примитивные «знание рынка и ПК, коммуникабельность и активная жизненная позиция». Настоящие же профессионалы обычно вообще не читают объявления: компании находят их сами. Битва за кадры усиливается — оклады растут.

Но есть у кадрового голода и обратная, положительная сторона. Добросовестный и способный соискатель может найти в маркетинге неплохую стартовую позицию — без крайнего напряжения, с солидной для такого «уровня неподготовленности» компенсацией; ах да, еще и статус интересной профессии прилагается. Разумеется, чтобы не пополнить ряды дутых специалистов, придется работать. Но если вы умница, в скором времени усилия окупятся: отрасль цветущая. Главное, чтоб с компанией повезло.

1. Менеджер по работе с клиентами (экаунт-, аккаунт-менеджер, account manager)

Профессиональный ухажер. Экаунт обхаживает клиентов, убеждает воспользоваться услугами компании, заключает договоры с теми, кого удалось уговорить. Главная обязанность — ведение клиента (встречи с ним, ведение переговоров по телефону, переписка, предоставление нужных документов, отчетов).

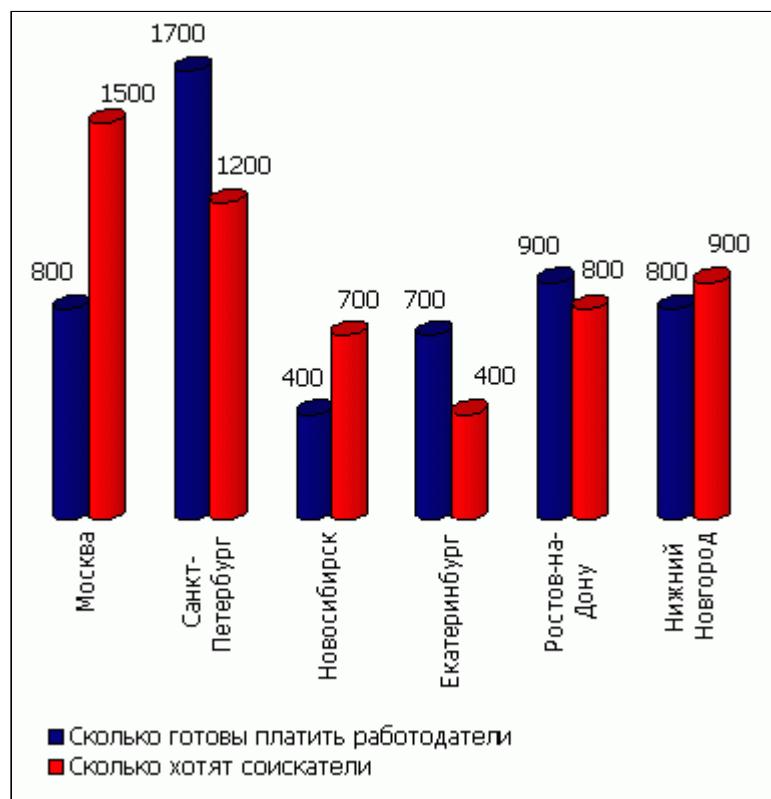
Считается, что лучшие экаунты по работе с клиентами — молодые женщины: они умеют не только привлекать внимание клиентов, но и обладают большей выдержкой и гибкостью, нежели мужчины.

Требования

Знание рынка рекламных услуг, владение искусством делового этикета. Умение вести переговоры с клиентами. Грамотность, организованность, исполнительность, контактность. Особенно ценится опыт работы в рекламных агентствах полного цикла и собственная клиентская база.

Средние зарплаты

Менеджер по работе с клиентами в агентстве
(здесь и ниже оклады указаны в долларах США):

**2. Менеджер по связям с общественностью (PR-менеджер)**

Корпоративный рупор, связующее звено между компанией и окружающей ее общественностью — партнерами, клиентами, журналистами. Пиарщик налаживает контакты со СМИ (готовит пресс-релизы, обеспечивает комментариями), организывает и проводит презентации, конференции. Иногда занимается внутрикорпоративным пиаром (устраивает вечеринки, выпускает издания для внутреннего пользования).

Вопреки распространенному мнению эта профессия не такая уж и публичная. По большей части PR-менеджеры рассылают письма партнерам и клиентам, обзванивают журналистов, пишут речи для начальства или дают комментарии от их имени, а сами остаются в тени.

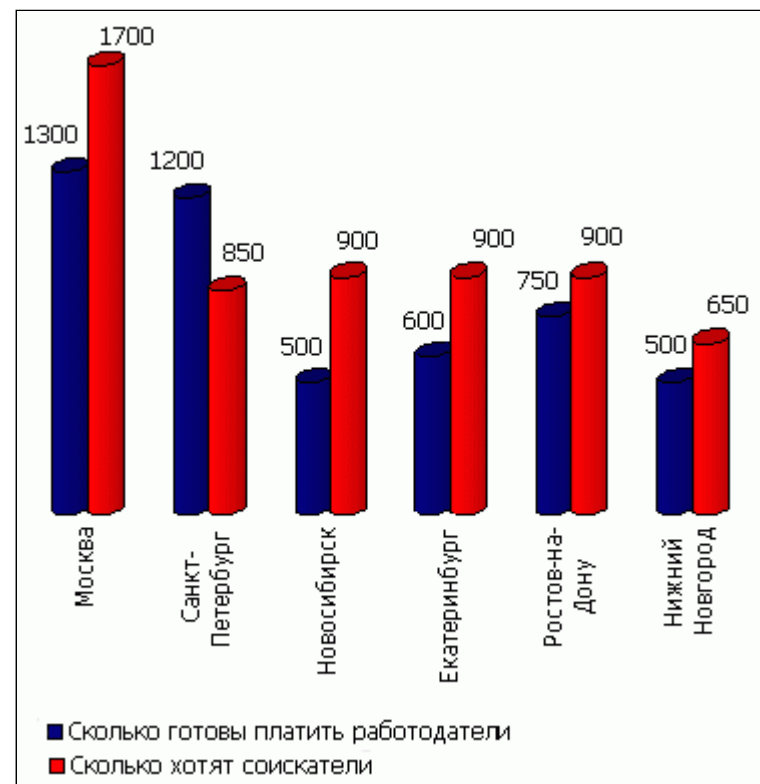
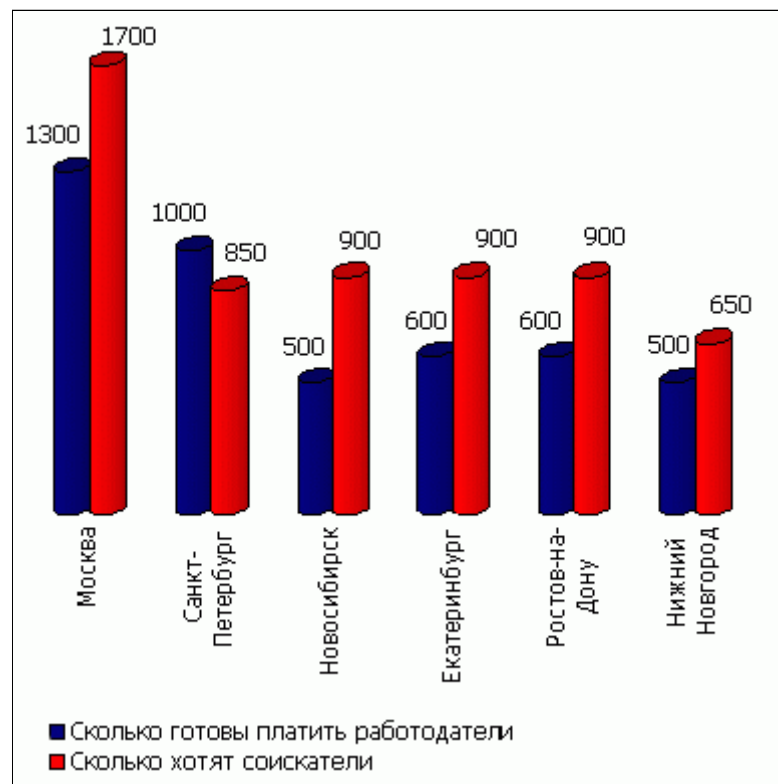
Требования

Высшее образование (профильное или журналистика). Грамотная устная и письменная речь. Способность генерировать небанальные и содержательные тексты (например, пресс-релизы). Опыт ведения переговоров. Багаж практических навыков по подготовке и проведению презентаций, выставок и других публичных мероприятий. Особенно ценятся пиарщики, имеющие своих людей в СМИ.

Средние зарплаты

Менеджер по связям с общественностью в компании:

В агентстве:



3. Бренд-менеджер (маркетинг-менеджер, продакт-менеджер)

Фокусник, превращающий слова в деньги. Для справки: одно из таких «слов» — бренд Coca Cola — [весной оценили](#) в 44 миллиарда долларов. Бренд-менеджер разрабатывает торговую марку, стратегию ее продвижения, определяет и соблюдает рекламный бюджет, организует и контролирует работу подразделений, участвующих в развитии марки.

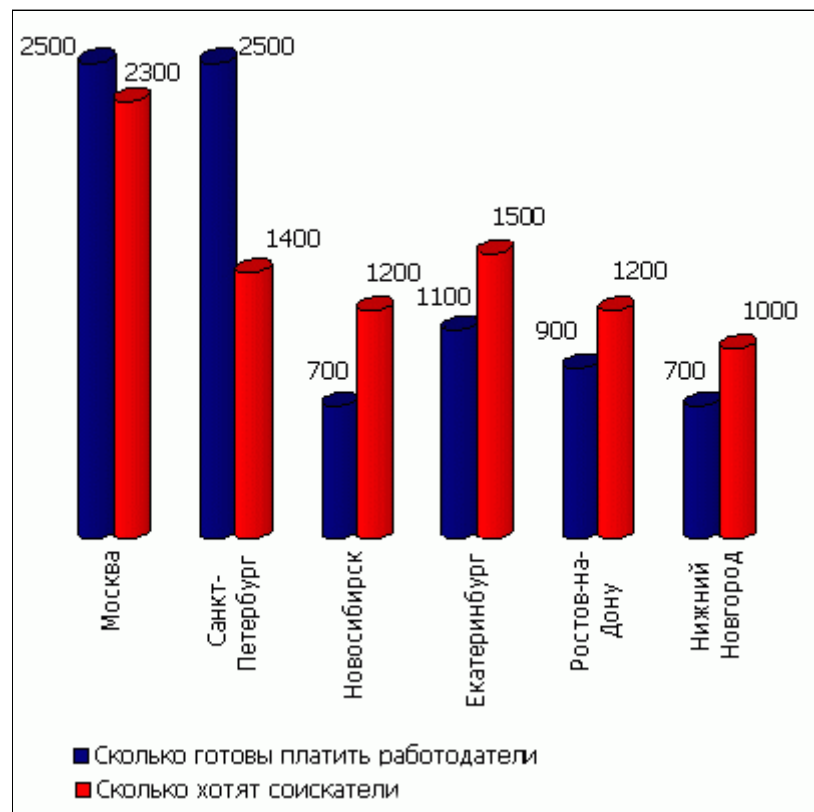
По неизвестным причинам бренд-менеджер в России не всегда выполняет все свои функции. Обычное дело, когда ему торжественно поручают проведение каких-нибудь промоакций. Во многих российских компаниях функции бренд-менеджера выполняют директор по маркетингу, коммерческий директор или менеджер по рекламе, на котором еще висит повинность каждый месяц помогать отделу продаж в проведении бессмысленной выставки.

Требования

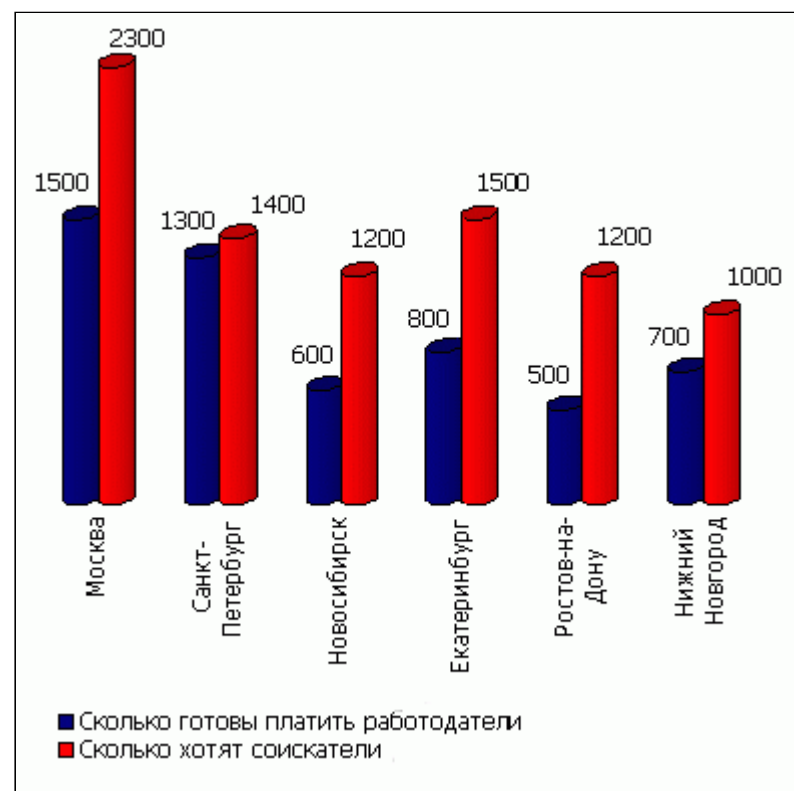
Винегрет из знаний в области маркетинга, в частности рекламы и пиара, проектного менеджмента (от планирования до вывода продукта на рынок) и даже дизайна (некоторые работодатели зачем-то требуют разбираться в «Фотошопе» и «Иллюстраторе»). Приветствуется опыт работы с маркетинговыми и рекламными агентствами. Брендингу в стране пока не учат. Поэтому большинство современных бренд-менеджеров это бывшие маркетологи, рекламисты, продавники.

Средние зарплаты

Бренд-менеджер в компании:



В агентстве:



4. Маркетолог-аналитик

«Мозги» компании и барометр отрасли. В обязанностях: изучение компании изнутри (например, подсчеты объема продаж), слежение за развитием отрасли в целом (мониторинг деятельности конкурентов, тенденций рынка). В идеале результатом должны быть объективные рекомендации по развитию бизнеса.

На деле же маркетолог-аналитик часто играет роль «корпоративный совести». Как риторически заметил «носитель профессии» из одной уважаемой компании: «Кто бы посчитал, сколько человеко-часов убито аналитиками на то, чтобы оправдать статистикой невнятный проект руководства или подготовить успокоительный финотчет для инвесторов».

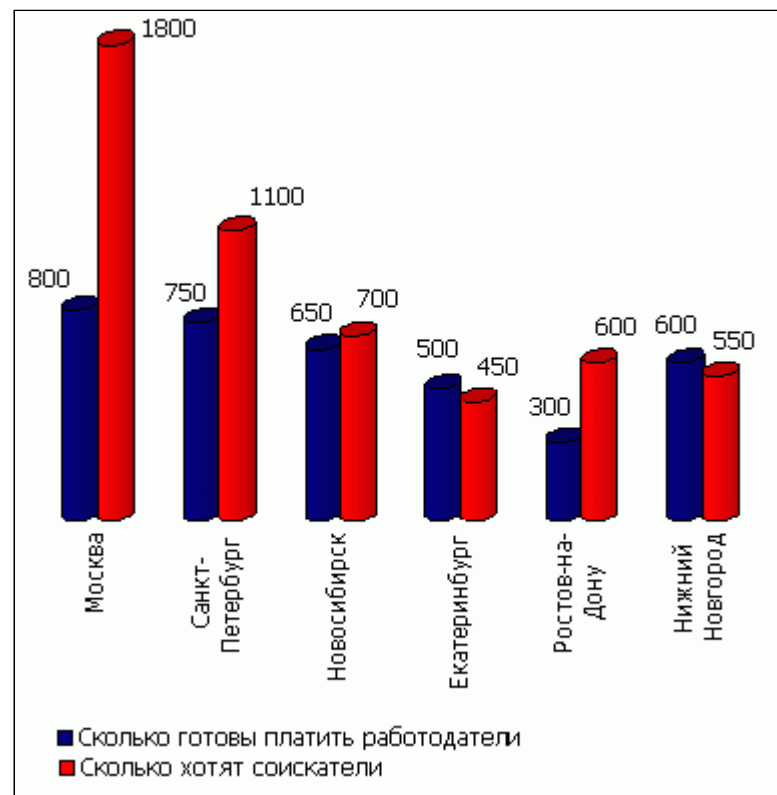
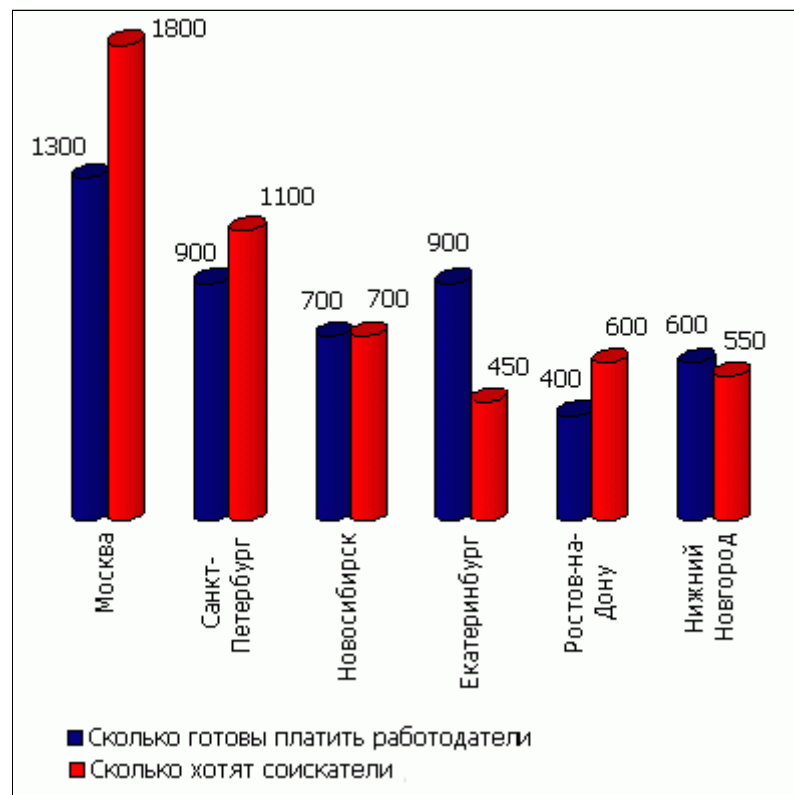
Требования

Экономическое, математическое, маркетинговое образование. Знание документооборота, основ статистики и ценообразования. Приветствуется опыт работы с базами данных и специализированным ПО (в разных компаниях разное).

Средние зарплаты

Маркетолог-аналитик в компании:

В агентстве:



5. Копирайтер

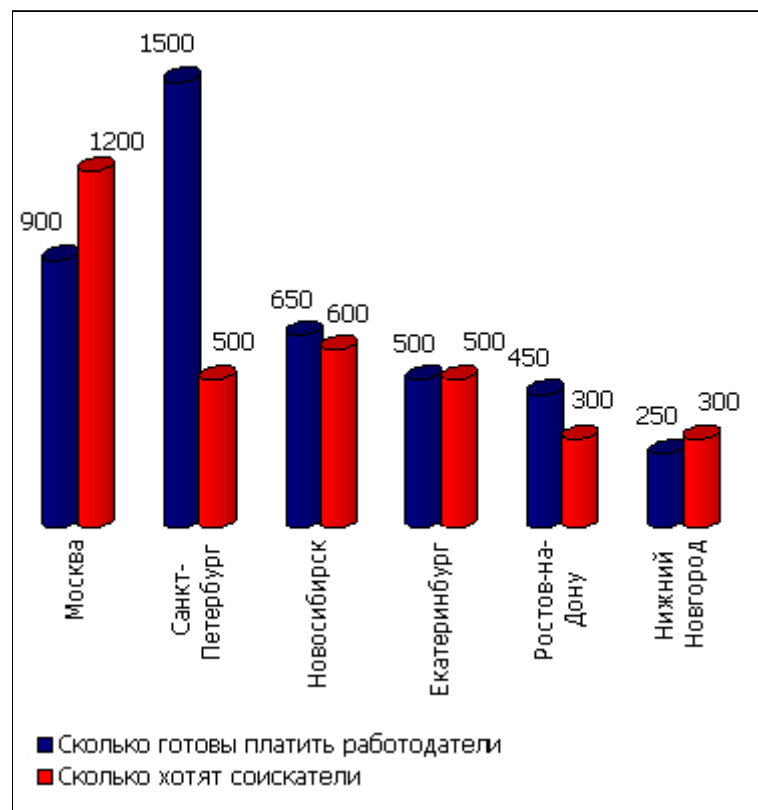
Давным-давно в далекой галактике многие думали, что копирайтеры работают за ксероксом — копируют документы. Но сейчас всем известно, что они пишут рекламные тексты. Что это ломовые лошади, обязанные постоянно выдавать блестящие идеи. И только ореол якобы глянцево-тусовочной жизни и неплохие зарплаты подогревают стремление целой армии молодых графоманов стать копирайтерами.

Требования

Грамотный письменный русский язык. Часто необходимо еще и свободное владение английским. Портфолио (можно нафантазировать несуществующие компании, кампании и свои работы). Особенно ценится опыт работы в рекламном агентстве.

Средние зарплаты

Копирайтер в компании:



В агентстве:



Как найти такую работу

20 июля в [каталоге вакансий](#) на московском сайте Работа.ру:

[Менеджеры по работе с клиентами](#) ~ 220 свежих вакансий

[Менеджеры по PR](#) ~ 150

[Бренд-менеджеры](#) ~ 100