**ПРОФЕСІЙНИЙ СТАНДАРТ**

**ФАХІВЕЦЬ З ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

**Зміст**

1. Загальні положення

2. Посади фахівців з цифрового маркетингу

3. Трудові функції фахівців з цифрового маркетингу

4. Компетентності фахівців з цифрового маркетингу

5. Відомості про розробників професійного стандарту

1. Загальні положення

Професійний стандарт «Фахівець з цифрового маркетингу» описує професійну діяльність фахівців, трудові функції яких пов’язані з реалізацією інструментарію цифрового маркетингу, передачі цільовій аудиторії інформаційних повідомлень по цифрових каналах в онлайн та офлайн середовищах з урахуванням європейської рамки ІКТ-компетенцій (European e-Competence Framework) та рамки компетенцій SFIA (Skills Framework for the Information Age).

Цифрові канали:

— Інтернет;

* локальні мережі;
* комп’ютери;
* мобільні телефони;
* цифрове телебачення;
* рекламні дисплеї;
* інтерактивні екрани;
* POS термінали.

Інструменти цифрового маркетингу:

— SEO (англ. search engines optimization) — оптимізація сайту у пошукових системах, просування сайту у видачі пошукових систем по ключових запитах;

— SMM (англ. social media marketing) — соціальний медіа маркетинг, розповсюдження позитивної інформації про компанію, товари в соціальних мережах, створення спільнот, заходів з метою підтримки обізнаності про компанію, закупка трафіку в соціальних мережах на основний ресурс компанії;

— SMO (англ. social media optimization) — оптимізація сайту для соціальних мереж, що забезпечує також оптимізацію ресурсу в пошукових системах, створення контенту, який змушує користувачів самостійно розповсюджувати його в соціальних мережах, ділитися, розміщувати пости, що ведуть на ресурс компанії;

— технологія Big Data — дослідження масивів даних великих обсягів;

— RTB (англ. real time bidding) — торги в реальному часі, аукціон рекламних оголошень в реальному часі;

* SEM (англ. search engine marketing) — маркетингова діяльність в пошукових системах спрямована на збільшення відвідуваності сайту за допомогою контекстної реклами Google Adwords, Yandex Direct — контекстно-залежних банерів або текстових оголошень рекламного характеру, що показуються безпосередньо під рядком пошуку або праворуч від видачі пошукової системи по певних запитах, а також на сайтах-партнерах контекстної мережі;

— ремаркетинг (англ. remarketing) — перенацілювання, багаторазовий показ вже переглянутої раніше Інтернет-реклами;

— мобільний маркетинг — адаптація ресурсів для оптимального відображення на мобільних пристроях, маркетингова діяльність з просування ресурсу в мобільному інтернет-просторі, розробка та просування додатків для мобільних пристроїв;

— E-mail маркетинг — збір, обробка, сегментація електронних адрес користувачів, розробка текстових повідомлень рекламного характеру та їх передача електронною поштою;

— Веб-аналітика — аналітична діяльність в сфері цифрового маркетингу.

2. Посади фахівців з цифрового маркетингу

Поява цифрового маркетингу обумовлює необхідність внесення до Національного класифікатору професій нових посад з маркетингу (табл. 1).

Таблиця 1 - Посади в сфері цифрового маркетингу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кваліфіка-ційний рівень | Назва  рівня | Найменування  посади | Характеристика посади |
| 1 | Молодший | Менеджер з маркетингу в соціальних мережах (SMM-маркетолог) | відповідає за активність в соціальних мережах та пристосованість цифрового продукту під соціальні мережі |
| 2 | Середній | Менеджер по Email-розсилкам | відповідає за збір електронних адрес користувачів ресурсу, підготовку та відправку електронних листів за зібраними адресами |
| 3 | Середній | Контент менеджер | відповідає за формування текстового, відео, аудіо контенту, зображень, дизайну, що складають фронтенд проекту |
| 4 | Старший | Веб-аналітик | відповідає за відстежування дій користувачів цифрового продукту, аналіз даних, зібраних за допомогою аналітичних серівісів та інструментарію трекінгу |
| 5 | Старший | Менеджер з мобільного маркетингу | відповідає за контроль відображення цифрового продукту на мобільних девайсах, розробку мобільних версій цифрового продукту, реалізацію мобільних додатків |
| 6 | Старший | Менеджер з контекстної реклами та ретаргетінгу (PPC-спеціаліст) | відповідає за розробку та розміщення реклами в пошукових системах, повернення користувачів за допомогою пошукових систем |
| 7 | Старший | Менеджер з пошукової оптимізації (SEO-спеціаліст) | відповідає за формування притоку органічного трафіку цільової аудиторії на цифровий продукт |
| 8 | Провідний | Проект менеджер | відповідає за реалізацію товарної, цінової, комунікаційної політики, формує бізнес-процес цифрового маркетингу |
| 9 | Головний | Директор з Інтернет маркетингу | відповідає за розробку стратегії присутності в Інтернет, координує та контролює роботу спеціалістів |

Таблиця 2 - Вимоги до кваліфікаційних рівнів посад в сфері цифрового маркетингу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кваліфіка-ційний рівень | Назва  рівня | Вимоги до освіти | Вимоги до досвіду роботи в області цифрового маркетингу |
| 1 | Молодший | Молодший бакалавр  Бакалавр | Без досвіду роботи |
| 2 | Середній | Бакалавр  Бакалавр з маркетингу | не менше 1 року |
| 3 | Старший | Бакалавр з маркетингу  Магістр з маркетингу | не менше 2 років |
| 4 | Провідний | Магістр з маркетингу,  Підвищення кваліфікації за програмами навчання Google, Yandex | не менше 5 років |
| 5 | Головний | Магістр з маркетингу,  Підвищення кваліфікації за програмами навчання Google, Yandex | не менше 7 років |

3. Трудові функції фахівців з цифрового маркетингу

1. Директор з Інтернет маркетингу:

* розробка стратегії маркетингу в Інтернет;
* моніторинг конкурентів і виявлення потреб клієнтів;
* аналіз бази даних;
* організація та проведення рекламних компаній в Інтернет;
* вибір рекламних каналів;
* управління виконавцями маркетингової програми (дизайнери, програмісти, девелопери, верстальники, SEO-оптимізатори, PPC-менеджери, адміністратори соціальних мереж, E-mail-маркетологи) або самостійне виконання функцій даних спеціалістів;
* організація та проведення корпоративних заходів, тренінгів;
* робота над покращенням іміджу торгової марки в Інтернет.

2. Проект-менеджер:

* розробка стратегії реалізації проекту;
* складання проекту;
* розробка графіку виконання проекту;
* контроль за етапами реалізації проекту;
* налагодження комунікації між учасниками проекту;
* оперативне вирішення проблем.

3. Менеджер з пошукової оптимізації:

* розробка стратегії просування сайту компанії в пошукових мережах;
* складання семантичного ядра;
* внутрішня та зовнішня оптимізація;
* комплексний аудит сайтів, складання рекомендацій щодо внесення змін;
* аналіз сайтів-конкурентів, поведінки користувачів, юзабіліті;
* складання технічного завдання для копірайтера, девелоперів;
* коригування процесу просування;
* формування звітності щодо результатів пошукової оптимізації;
* внесення правок в код;
* оптимізації веб-сайту для різних додатків та різних мов;
* оптимізація додатків в AppStore;
* управління та підвищення продуктивності органічного пошуку;
* аналіз останніх тенденцій і змін у SEO та пошукових системах.

4. Контент-менеджер:

* вивчення, пошук, написання і редагування контенту;
* публікація контенту;
* управління контентом за допомогою програмного забезпечення (CMS);
* створення та оновлення змісту сайту самостійно або за допомогою копірайтерів;
* написання слоганів та юзабіліті текстів;
* робота з форумами та блогами;
* створення безкоштовного та платного корисного контенту для користувачів, що надається за межами веб-сайту;
* визначення нових можливостей контенту, моніторинг трафіку веб-сайту;
* забезпечення зворотного зв'язку на веб-сайті;
* внесення змін до макету сайту і контенту на основі веб-аналітики та юзабіліті-тестування.

5. Менеджер з контекстної реклами та ретаргетінгу:

* управління конверсійними та іміджевими рекламними кампаніями в Інтернет;
* ведення та оптимізація аккаунтів Google Adwords, Yandex Direkt
* аналіз ефективності рекламних кампаній в Google Analytics та Яндекс Метрика;

6. Менеджер з E-mail-маркетингу:

* розробка стратегії E-mail-маркетингу;
* створення джерел збору E-mail-адрес клієнтів та партнерів та їх консолідація;
* сегментація бази даних за ключовими критеріями, моніторинг та робота з базою даних клієнтів та партнерів;
* створення та робота з контентом розсилок/листів;
* розробка та реалізація Е-mail кампаній (визначення цільової аудиторії, key-message, побудова логіки та комунікаційного плану розсилки);
* постановка цілей та завдань відповідальним особам/командам з маркетингових комунікацій;
* моніторинг Е-mail кампаній конкурентів;
* аналіз результатів розсилок та тригерних кампаній за ключовими показниками ефективності.

7. Менеджер з маркетингу в соціальних мережах:

* розробка стратегії маркетингу соціальних мережах та адаптація цифрових продуктів під соціальні мережі (SMO);
* управління спільнотами, подіями в соціальних мережах;
* аналітика соціальних мереж та їх просування (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Google Plus, Foursquare, Vkontakte, YouTube);
* регулярне написання та публікація контенту в соціальних мережах;
* залучення та закупка нових підписників;
* проведення промо-акцій у соціальних мережах.

8. Менеджер з мобільного маркетингу:

* розробка стратегії маркетингу в мобайлі;
* створення та просування мобільної версії сайтів;
* створення та просування мобільних додатків;
* адаптація вебсайтів до відображення на девайсах з різним розширенням;
* планування рекламної кампанії з використанням інструментарію мобільного маркетингу.

9. Веб-аналітик:

* налаштування відстежування за допомогою Google Analytics, Yandex Metrika, інших трекінг систем;
* аналіз динаміки продажу, показників конверсії, прибутку та формування висновку щодо розвитку компанії та ефективності впроваджених маркетингових заходів;
* пошук причин спаду показників ефективності маркетингу;
* аналіз юзабіліті з використанням метрик сайту.

4. Компетентності фахівців з цифрового маркетингу

Загальні компетентності:

* здатність формування стратегії та тактики просування цифрового продукту, бренду, компанії в мережі Інтернет;
* знання з принципів формування лояльності клієнтів в Інтернет.
* розуміння принципів формування успішного товару за допомогою використання каналів комунікації, інструментів цифрового маркетингу;
* здатність бюджетного планування мультиканальної політики комунікацій;
* здатність визначення ефективності маркетингових інвестицій;
* аналітичні здібності, здатність визначати причинно-наслідкові зв’язки та формувати на їх основі висновки щодо оптимізації, корекції плану маркетингу;
* здатність створення ефективного контенту, рекламного продукту;
* здатність визначати та розподіляти задачі в терміновому плануванні, та здатність дотримуватись визначених термінів реалізації відповідних рішень;
* знання англійської мови;
* комунікативні здібності для формування належного рівня ділового спілкування.
* знання законодавчої бази країни, на ринку якої здійснюється просування цифрового продукту, щодо принципів організації комерційної діяльності в Інтернет, обмежень щодо використання окремих каналів комунікації, порядку використання та зберігання персональної інформації.

Спеціальні компетентності:

* загальні знання принципів програмування, сильних та слабких сторін платформ та мов програмування;
* знання принципів формування результатів органічного пошуку основних пошукових систем;
* загальні знання принципів пошукової оптимізації цифрового продукту (SEO);
* знання принципів работи контекстно-медійної реклами та основних сервісів для її розміщення;
* навички формування завдань, контролю, консолідації результатів роботи дизайнерів, програмістів, верстальників, SEO-спеціалістів, аналітиків, спеціалістів з контекстної реклами, SMM-спеціалістів;
* навички використання відповідних інструментів аналізу цифрового продукту (аналітичних інструментів). Формування на основі аналізу відповідних висновків та рекомендації щодо поліпшення роботи цифрового продукту, корегування рекламних кампанії.

5. Відомості про розробників професійного стандарту

Робоча група у складі

|  |  |
| --- | --- |
| Окландер М.А. | завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, д.е.н., професор |
| Златова І.О. | старший викладач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, к.е.н.,  проект-менеджер ТОВ “Максимус Медіа” |