PULPY digital | SuperJob

СТАРТ КАРЬЕРЫ В СФЕРЕ «КРЕАТИВ И МАРКЕТИНГ»

ЭКСПЕРТ: АЛЕКСАНДРА ЛОГИНОВА
Руководит брендом-маркетингом одного из крупнейших девелоперов — Группа Самолет

КРУТАЯ КАРЬЕРА МОЖЕТ КАЗАТЬСЯ ЧЕМ-ТО НЕДОСТИЖИМЫМ, НО ДОБРЫЙ РОПУ ВЕРИТ В ВАШУ ПОЗИТИВНОГО ВЗГЛЯДА НА ЖИЗНЬ — И НА КАРЬЕРУ В ТОМ ЧИСЛЕ.

К тому же мы на собственном опыте знаем, как ребята трудоустройства шли на немыслимые ухищрения шаги, или сражались с ветряными мельницами, чтобы найти свою дорогу на пути к своей мечте. Мы хотим, чтобы вы получили исчерпывающий ответ, чтобы помочь вам в поисках своего пути к классной работе. Осталось только сделать первый шаг по карьерной лестнице!

КУДА МЫ ИДЁМ?

Креатив — это не только про «вау-эффект», маговой штуки и мемы. В любой сферу жизни стратегии и креативные технологии обеспечивают бизнесу тот или иной эффект. Для чего нужен креатив? Для того, чтобы привлечь внимание к бренду, продукту или идее и вдохновить. Маркетинг — то, что помогает реализовать и получить результат. Если между ними сравнить, то маркетинг — внимание! Тогда это ещё раз!

НАЧИНАЕМ ШАГАЛЬ

ШАГ ПЕРВЫЙ. РАЗБЕРИСЬ, КТО ЕСТЬ КТО:

- Копирайтер: пишет тексты для рекламы, блогов и сюжетов, а иногда оптимизирует их для поисковых систем.
- Контент-маркетолог: разрабатывает стратегии продвижения бренда, рассчитывает ROMI и анализирует их эффективность.
- Дизайнер: создаёт визуальные материалы для всех сторон бренда, от сайтов и рекламных кампаний до упаковки.
- Бренд-маркетолог: создает и продвигает уникальный имидж бренда.
- Перформанс-маркетолог: использует различные инструменты продвижения (контекстная, баннерная рекламы и другие) для достижения конкретных измеримых результатов, таких как количество продаж или переходы по ссылкам.

ИСТИНИ, ЧТОБЫ ОПРЕДЕЛИТЬ СВОЙ КАРЬЕРНЫЙ ПРОФИЛЬ И ПОЛУЧИТЬ ОПИСАНИЕ СВОИХ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ, ПРОЙДИ КАРЬЕРНЫЙ ТЕСТ ОТ ПЛАТФОРМЫ РАЗВИТИЯ «ТВОЙ ПУТЬ К УСПЕХУ».

ШАГ ВТОРОЙ. ВЫБЕРИ, ЧТО ТЕБЕ БЛИЖЕ:

Любишь писать и создавать контент, умеешь делать это неожиданно и увлекательно для разной аудитории, знаешь как привлечь внимание и мотивировать? «Да» — копирайтер и контент-маркетолог!
Легко подстраиваешься под разными людьми, можешь создать их образ и нарисовать образ героя вокруг добавленной ценности от продукта? «Да» — бренд-маркетолог!
Умеешь видеть тренды бренда на рынке, хочешь разрабатывать концепции и стратегии продвижения? «Да» — перформанс-маркетолог и контент-маркетолог.

ШАГ ТРЕТИЙ. СОСТАВЬ КАРТУ ГЛАВНЫХ ЖИЗНЕВЫХ НАВЫКОВ

- В МАРКЕТИНГЕ ВАЖНО АНАЛИТИЧЕСКИЙ СКЛАД УМА И УСИДЧИВОСТЬ, СКЛОННОСТЬ К АНАЛИЗУ КАЧЕСТВЕННЫХ И КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ДАННЫХ.
- В КРЕАТИВЕ — АБСТРАКТНОЕ МЫШЛЕНИЕ, ЗНАНИЕ КУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТА И УМЕНИЕ «ПРИКЛЕИВАТЬ» ИДЕИ КО ЗАДАНИЮ БИЗНЕСА.

ЖЕСТКИЕ НАВЫКИ:

- Копирайтинг: грамотность, работа с SEO, понимание принципов работы соцсетей
- Дизайн: знакомые Photoshop*, Figma*, Illustrator*, знание основ композиции и цвета
- Бренд-дизайн: понимание процессов в маркетинге и принципов аналитики, разработка стратегий, умение работать в системах визитки (Google Analytics, Яндекс.Метрика)

ГИБКИЕ НАВЫКИ:

- Креативность
- Коммуникабельность
- Аналитическое мышление
- Пытливость

ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. НАЧНИ РАЗВИВАТЬ ЭТИ НАВЫКИ

- Розовый маркетингность: подписывать в социальных сетях на бренды и креативных директоров, которые тебе вдохновляют, следи за их стилем и идеями.
- Создавай личные проекты: разработай концепт для вымышленного бренда, рассыли концепт знести с уговоры и письмо будущим работодателям, чтобы комментировал менеджеры могли оценить твои навыки уже до первой встречи.
- Будь в курсе трендов, изучай самые сложные и интересные креативные решения на отечественном и зарубежном рынке.
- Пройди профильные онлайн-курсы: например «Контент-маркетинг» от Яндекс.Практикума или другие.

Чтобы тебе разбираться в теме можно выбирать просмотрь видео тут и тут. И начать книги — «Руководство PR@SH», учебник онлайн «Руководство по креативным проектам» и другие. А потом выписать самые полезные практики отсюда и внедрить их в свои инициативы расписание: это касается списков задач, фокусирования и т.д.

ХОРОШО ИДЁМ! ПОРА ПЕРЕХОДИТЬ К СЕРЬЁЗНЫМ ДЕЙСТВИЯМ:

ШАГ ПЯТЫЙ. НАЙДИ РАБОТУ ИЛИ СТАЖИРОВКУ.

Искать можно тут:

- superjob.ru — онлайн-сервис* по поиску работы
- students.superjob.ru/students/ — поиск стажировок от ведущих работодателей
- https://vk.com/superjobnet — сообщество ВК
- https://t.me/vkubeelsuper — Телеграм-канал

ШАГ ШЕСТОЙ. СОЗДАЙ РЕЗЮМЕ И НАПИШИ МОТИВИРОВАННОЕ ПИСЬМО

- РЕЗЮМЕ. «ВОТ ЧТО Я УМЕЮ».
В резюме нужно указать весь свой релевантный опыт. И нереализованный тоже: он может пригодиться на крутых личностных конкурсах. Нет опыта? Не беда! Резюме — это не трудовая книжка. Если подходит на вакансию начинающего специалиста, то опыт любой волонтёрства, которое показывает твои как подходящего по навыкам соискателя: практика в процессе образования, волонтерство, стажировки.
- ПИСЬМО. «ВОТ ПОЧЕМУ Я ЛУЧШЕ ХУЧ».
В отличие резюме сопроводительное письмо, если оно обязательно нужно, это помогает задать впечатление. Не пишут огромных трактатов, может быть даже обходим. Поэтому, что ты с твоей работой и розовые горжусь вакансией. Потому рассказывать, почему ты хочешь именно сюда — такая идея. А еще как ты всем показаться на собеседование. Ты можешь доказать и действительно отражает твои сильные стороны и мотивацию.

ШАГ СЕДЬМОЙ. ИДЁМ НА СОБЕСЕДОВАНИЕ

Основная цели компании здесь — от продукта и технологий до аудитории и денег. Подготовь короткий рассказ о себе так со стучайшими фактами, а в конкретно нужных навыках! При этом не замечтевай слабые стороны, а покажи готовность достичь в работе над ними. И не опоздай!

И КАКИМ ВОПРОСАМ ПОДГОТОВИТЬСЯ?

Конечно, предугадать все вопросы HR-специалистов невозможно. Но вот те, на которые стоит быть готовым ответить:

- Какие каналы маркетинга ты использовал: соцсети, электронные почты, контекстную рекламу
- Какие инструменты аналитики ты применял?
- Как ты создавал контент для разных целевых аудиторий?
- Приведи пример успешной креативной идеи и ее реализации
- Какие креативные тренды считаешь самыми важными сейчас?

ПОМИМО СОБЕСЕДОВАНИЯ — ЭТО ЖЕ ЗНАЧИТ. ВАЖНО ТЕБЕ ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ, ЧТО ПОКАЖЕТ ТВОЮ ЦЕЛЕСТРЕМЛЕННОСТЬ В ВНИМАНИИ К ДЕТАЛЯМ. ВОТ ЧЕГО СТОИТ ПОИНТЕРЕСОВАТЬСЯ:

- Какова ежемесячная рабочая рутина в вашей компании?
- Какие основные цели и приоритеты компании в области маркетинга/брендинга/рекламы на ближайший год?
- С какими брендами, платформами или компаниями ваш продукт работает?
- Какие KPI? используются для оценки эффективности сотрудника на этой позиции?

ШАГ ВОСЬМОЙ. ПОЛУЧИ ОТ СТАЖИРОВКИ/ИСПЫТАТЕЛЬНОГО СРОКА МАКСИМУМ ВЫГОДЫ

На стажировке или испытательном сроке ты можешь и должен не только стараться в своей сферы. Вот топ-7 вещей, которые лучше успеть сделать за первые 3 месяца на новой работе:

1. Зафиксируй с руководителем свои цели и их оценку в идеале по SMART-принципу*. Это поможет понять, как попасть в цель/профи испытательный срок.
2. Разберись, как устроена работа команды, и каждый контакт с коллегами, чтобы понимать, кто за что отвечает.
3. Не стесняйся задавать вопросы! И учись сам будет не только «как?», но и «почему именно так?». Чем раньше ты разберешься на нем, тем быстрее, тем лучше.
4. Покажи себя с лучшей стороны: делай все качественно и вовремя, не отмечайвайся на созвонах, не сиди без дела, изучай дополнительные материалы, работай над ошибками, и не отрицайной их.
5. Учись у более опытных коллег: участвуй в обсуждениях, попроси кого-нибудь о наставничестве или хотя бы совета, обращай внимание на чужой опыт, заглоченный в внедрой полезных рекомендации, инициируй встречи и неформальные обсуждения (например, совместный поход на обед).
6. Попроси обратную связь на результаты: это поможет улучшить свои навыки, проверить работу над ошибками и адаптироваться к требованиям компании.
7. Предложи идеи по улучшению работы в команде и воспользуй за не реализацию — это покажет, что тебе волнуют будущие компании.

ГЛАВНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ УСПЕХА СТАЖИРОВКИ: ТЕБЯ ПРЕДЛОЖИЛИ ПРОДОЛЖИТЬ СОТРУДНИЧЕСТВО
Другие плюсы: которые стоит отметить на первом подписании: Повышенный обратная связь, конструктивная критика, которая помогает, которые новые навыки, развитие компетенций и творческого потенциала. Вот так, шаг за шагом, можно превратить испепеляющий поиск за классной вакансией в карьерный марафон.

ЧТОБЫ НЕ СПОТКНУТЬСЯ НА ПУТИ: ❤ И ► КОМПАНИЙ

С РАЗОТОЙ КАК С ОТНОШЕНИЯМИ — ВАЖНО ВОВРЕМЯ ОТМЕТИТЬ ДОСТОИНСТВА И РАСПОЗНАТЬ РЕД-ФЛАГИ*. ВОТ НА ЧТО СЛЕДУЕТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ:

❤❤❤

- Т-компания есть программа наставничества? С наставником и планами погружением в задачи.
- Твой личное время уважают: избегают переработок и перерабатов;
- Задачи ставятся понятно, с четкими сроками и конкретными целями;
- Ты регулярно получаешь конструктивные обратные связь;
- Компания поддерживает культуру роста;
- Решения компании объясняются, а изменения обсуждаются с командой.

►►►

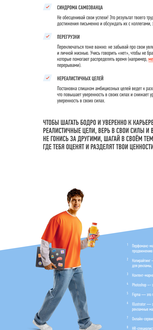
- Тебя сразу сухим задачами без всяких инструкций;
- Планирование практически нет: задания приходят в формате «надо было вчера»;
- Коллега и наставник делают инфоружкой, а руководители избегают диалога;
- В компании постоянно меняется сотрудники, а опытных коллегов быстро уходят;
- Обещания, данные на этапе собеседования, не выполняются;
- В компании нет чётких зон ответственности — «когда делают всё».

ЧТОБЫ НЕ ВЫГОРЕТЬ НА ПУТИ

ГОРИ, НО НЕ ВЫГОРАЙ — СДЕЛАЙ ЭТО ОДНОЙ ИЗ СВОИХ ГЛАВНЫХ ЗАПОВЕДЕЙ. И ВЫГОРАНИЮ МОГУТ ПРИВЕСТИ РАЗНЫЕ ФАКТОРЫ. ВОТ ЧТО СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ:

- **СТРАХ НЕУДАЧИ**
Ошибки не начнем бояться, это — часть процесса. Каждый копирайтер опыт дает тебе возможность научиться нужно-то можно и стать лучше.
- **СИНДРОМ САМОЗВАНЦА**
Не обсуждаемый свои успехи? Это результат твоего труда и навыков, а не случайность. Если фиксировать свои достижения письменно и обсуждать их с коллегами, это поможет подкрепить свои сомнения.
- **ПЕРФЕКЦИОНИЗМ**
Перфекционизм тоже вначе: не забывай про свои ограничения, найди оптимальный для себя баланс между рабочей и личной жизнью. Учись говорить «нет», чтобы не брать на себя слишком много задач. В ней дедлайн, встречаются, которые может распределить кроме (например, метод Помодоро*), чтобы чередовать активную работу с перерывами).
- **НЕРЕАЛИСТИЧНЫЕ ЦЕЛИ**
Поставовка слишком амбициозных целей ведет к разочарованию. Тогда цели достижимы, ты чувствуешь прогресс, что повышает уверенность в своих силах и снижает уровень стресса. Это помог помогает создавать мотивацию и уверенность в своих силах.

ЧТОБЫ ШАГАТЬ БОДРО И УВЕРЕННО К КАРЬЕРЕ СВОЕЙ МЕЧТЫ, СТАВЬ ПЕРЕД СОБОЙ РЕАЛИСТИЧНЫЕ ЦЕЛИ, ВЕРЬ В СВОИ СИЛЫ И ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ ПОМОГУТ ТЕБЕ НЕ ГОНИТЬ ЗА ДРУГИМИ, ШАГАЙ В СВОЁМ ТЕМПЕ — И ТЫ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПРИДЕШЬ ТУДА, ГДЕ ТЕБЯ ОЦЕНЯТ И РАЗДЕЛЯТ ТВОИ ЦЕННОСТИ. УДАЧИ В ПУТИ!



PULPY digital | SuperJob

Перформанс-маркетинг (от англ. performance — эффективность) подход на основе по продвижению бренда для достижения конкретных измеримых показателей.

Копирайтинг — это направление текста, которые продает или убеждает. Это могут быть тексты для рекламы, тексты для сайтов и сценарий брендов.

Контент-маркетинг — это направление бизнеса через полезный и интересный контент.

Photoshop — это программа для редактирования изображений.

Figma — это программа для дизайна сайтов, прототипов, изображений.

Illustrator — это программа для создания векторных изображений, иконок, логотипов, рисунков и шрифтов.

Google сервис — это сайт или приложение, которое предоставляет услуги через интернет.

HR-специалисты — это специалисты по управлению персоналом.

KPI (от англ. key performance indicators — ключевые показатели эффективности) — это измеримые цели, которые помогают оценить успех работы человека, команды или компании.

SMART-принцип (от англ. specific — конкретный, measurable — измеримый, achievable — достижимый, relevant — актуальный, time bound — ограниченный во времени) — это метод постановки целей, чтобы они были полезными и достижимыми.

Red flags — это распространенные признаки, которые указывают на возможные проблемы или риски в работе с другим человеком.

Помодоро — это метод, помогающий в адаптации нового сотрудника.

Метод Помодоро (от англ. pomodoro — помидор) — это техника управления временем, которая помогает работать продуктивно.