

Kierownik do spraw marketingu internetowego opracowuje strategię marketingu internetowego organizacji; nadzoruje jej wdrożenie i monitoruje skuteczność; kreuje wizerunek marki na rynku za pośrednictwem mediów elektronicznych; organizuje i przeprowadza badania rynku; planuje budżet marketingu internetowego; zarządza współpracą z dostawcami usług; zarządza podległym zespołem.

Zadania zawodowe:

- opracowywanie i wdrażanie strategii marketingu internetowego, pełnienie nadzoru nad jej realizacją oraz monitorowanie jej skuteczności;
- koordynowanie działań w zakresie marketingu internetowego podejmowanych przez różne działy firmy;
- kreowanie rozpoznawalności marki na rynku;
- analizowanie i raportowanie efektywności działań marketingowych oraz monitorowanie działań konkurencji na rynku, w szczególności w zakresie marketingu internetowego;
- organizowanie lub zamawianie badań i analiz rynku i konkurencji;
- przygotowywanie i nadzorowanie realizacji budżetu marketingu internetowego;
- współpraca z wewnętrznymi jednostkami sprzedaży, agencjami public relations i innymi organizacjami w zakresie realizacji działań marketingowych w Internecie;
- zarządzanie współpracą z zewnętrznymi dostawcami m.in. w zakresie baz danych teleadresowych itp.;

- branie udziału w rozwijaniu portfolio produktowego;
- rozwijanie innowacyjnych i niekonwencjonalnych narzędzi marketingu internetowego wspierających sprzedaż;
- zarządzanie pracą podległego zespołu działu marketingu internetowego;
- planowanie i zapewnianie szkoleń pracowników działu marketingu internetowego;
- doskonalenie kompetencji i wiedzy w zakresie marketingu internetowego i zarządzania pracownikami;
- zapewnianie podległemu zespołowi bezpiecznego środowiska pracy, dbanie o przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosowanie przepisów prawa dotyczących ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.

Warunki podjęcia pracy w zawodzie:

Warunkiem uzyskania pracy w zawodzie kierownika marketingu internetowego jest ukończenie studiów wyższych. Preferowane są studia kierunkowe z zakresu marketingu, np. Zarządzanie i Marketing, informatyki lub kierunkowe studia podyplomowe. Taki kierunek studiów jest często spotykany na uczelniach wyższych, zarówno publicznych jak i niepublicznych. Istnieją również inne formy, podczas których można podnosić swoje kwalifikacje (kursy, szkolenia, warsztaty). Pomocne lub pożądane, w zależności od specyfiki organizacji, jest posiadanie poświadczenia certyfikatem/zaświadczeniem znajomości oprogramowania komputerowego stosowanego przez pracodawcę, np. SEO

(optymalizacja i pozycjonowanie) systemów automatyzacji marketingu internetowego, systemów reklamowych, zarządzania projektami. Ponadto na tym stanowisku wymagana jest znajomość języków obcych np. angielski, niemiecki.

Wymagania psychofizyczne:

Cechy charakteryzujące kierownika do spraw marketingu internetowego to komunikatywność, kreatywność, umiejętność szybkiego uczenia się oraz dociekliwość. Osoba pracująca na tym stanowisku powinna wykazywać się umiejętnością pracy w zespole, komunikatywnością i zdolnością do szybkiego przyswajania wiedzy oraz umiejętnością kierowania podległym zespołem. Kierownik ds. marketingu internetowego musi być również osobą kreatywną i otwartą na nowe wyzwania.

Przeciwwskazania do wykonywania zawodu:

Przeciwwskazaniami do zatrudniania na stanowisku kierownika do spraw marketingu internetowego jest posiadanie poważnych dysfunkcji narządów ruchu, wzroku czy słuchu.

Możliwości i szanse zatrudnienia:

Kierownik do spraw marketingu internetowego może pracować w każdej branży przedsiębiorstw sektora przemysłowego i usług, które prowadzą handel za pośrednictwem Internetu i narzędzi elektronicznych.