

Kształcenie:

Uniwersytet Łódzki Wydział Zarządzania

kierunek: marketing (studia I i II stopnia),
eCommerce (studia podyplomowe)
ul. J. Matejki 22/26, 90-237 Łódź
tel. 42 635 50 51
e-mail: rekrutacjawz@uni.lodz.pl
<http://zarzadzanie.uni.lodz.pl/>

Collegium Civitas w Warszawie

Katedra Socjologii

kierunki: marketing, reklama i nowe media
(studia I stopnia), komunikacja zintegrowana -
reklama, public relations, branding (studia
II stopnia)
plac Defilad 1 (Pałac Kultury i Nauki piętro XII),
00-901 Warszawa
tel. 22 656 71 89
email: rekrutacja@civitas.edu.pl
<https://www.civitas.edu.pl/pl/>

Karpaska Państwowa Uczelnia w Krośnie

kierunek: marketing internetowy (studia
I stopnia)
Rynek 1, 38-400 Krosno
tel. 13 437 55 00
e-mail: kpu@kpu.krosno.pl
<https://kpu.krosno.pl/>

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie Wydział Humanistyczny

kierunek: social media & content marketing,
marketing internetowy (studia podyplomowe)
ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków
tel. 12 617 43 57
e-mail: pwalotek@agh.edu.pl
<https://wh.agh.edu.pl/>

Więcej informacji

o zawodzie znajdziesz w:

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej: w Łodzi:

ul. Wólczańska 49, 90-608 Łódź,
Tel. (42) 66 30 255, 66 30 273

oraz oddziałach:

w Piotrkowie Trybunalskim:

ul. Wojska Polskiego 2,
97-300 Piotrków Trybunalski
Tel. (44) 649 60 87, 647 74 01

w Sieradzu:

ul. 3 Maja 7, 98-200 Sieradz
Tel. (43) 822 81 84, 822 81 86

w Skierniewicach:

ul. Senatorska 10, 96-100 Skierniewice
Tel. (46) 833 39 74, 833 36 50



Wojewódzki Urząd
Pracy w Łodzi



Pracownik obsługi kampanii e-mailowych

Klasyfikacja Zawodów i Specjalności: 351405



<https://www.tbobmarketers.fr/wp-content/uploads/2016/03/E-mailing-kPI-a-mettre-en-place.jpg>, dostęp: 15.03.2021

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi
Centrum Informacji
i Planowania Kariery Zawodowej
Oddział w Piotrkowie Trybunalskim

Pracownik obsługi kampanii e-mailowych zajmuje się prowadzeniem kampanii marketingowych z wykorzystaniem poczty elektronicznej (e-mail). E-mail marketing jest jedną z bardzo popularnych obecnie form marketingu bezpośredniego, używany jest przede wszystkim w celach informacyjnych i promocyjno-sprzedażowych. Poprzez stosowane narzędzia, tj.: newsletter, biuletyn, reklamy w treści wiadomości e-mail, firmy mogą kształtować i utrzymywać dobrą relację ze swoimi klientami oraz budują w ten sposób zaangażowanie wokół swojej marki.

Zadania zawodowe:

- projektowanie, zarządzanie i realizowanie kampanii e-mailowych;
- tworzenie treści i sloganów przy opracowywaniu kreatywnej koncepcji kampanii;
- budowanie i prowadzenie bazy adresowej na potrzeby kampanii e-mailowych;
- przygotowywanie szablonów mailingów w formacie HTML, CSS, Photoshop;
- monitorowanie, analizowanie i optymalizacja wyników kampanii;
- posługiwanie się Google Analytics oraz programami: SALESmanago, Optivo, FreshMail w procesie działań kampanii e-mailowych;
- analizowanie zachowań odbiorców kampanii e-mailowych oraz podejmowanie działań w celu zwiększenia ich aktywności;
- prowadzenie segmentacji bazy odbiorców kampanii e-mailowych;

- raportowanie wyników działań kampanii marketingowych na zlecenie klientów oraz na potrzeby wewnętrzne firmy;
- monitorowanie trendów rynkowych oraz poszukiwanie nowych rozwiązań i potencjału sprzedażowego z wykorzystaniem kampanii e-mailowych;
- współpraca z działem sprzedaży w planowaniu i realizacji akcji sprzedażowo-marketingowych.

Dodatkowo może zajmować się również:

- opracowywaniem i zlecaniem wykonania materiałów marketingowych do kampanii e-mailowych;
- prowadzeniem profili serwisów produktowych na portalach społecznościowych (Facebook, Google+, Pinterest, Twitter, LinkedIn, itp.)

Warunki podjęcia pracy w zawodzie:

Do podjęcia pracy w tym zawodzie preferowane jest ukończenie studiów wyższych (przynajmniej I stopnia), najlepiej na kierunkach związanych z marketingiem, reklamą i handlem, socjologią, komunikacją społeczną, psychologią lub studiów podyplomowe z zakresu marketingu, prowadzenia handlu w internecie, tworzenia tekstów i treści reklamowych. Pracodawcy zatrudniają również osoby z wykształceniem średnim, które posiadają udokumentowane doświadczenie i praktykę zawodową związaną z marketingiem, reklamą i handlem. Kandydat do pracy powinien posiadać wiedzę i umiejętności z zakresu prowadzenia marketingu w internecie, komunikacji marketingowej, handlu, znajomość środowiska sieciowego i skutecznego pozycjonowania, a także wiedzę dotyczącą

psychologii w biznesie, socjologii i metodologii badań społecznych. Dodatkowymi atutami przy zatrudnianiu jest bardzo dobra znajomość języków obcych oraz posiadanie prawa jazdy kat. B.

Wymagania psychofizyczne:

Wykonywanie tego zawodu wymaga dużej wyobraźni i kreatywności, zdolności koncentracji i podzielności uwagi, a także elastyczności i otwartości na zmiany. Pracownik powinien charakteryzować się wysoką odpornością emocjonalną, umiejętnością pracy w szybkim tempie, pod presją czasu oraz dużą samokontrolą. Ponadto powinien być osobą dokładną, odznaczać się dobrą pamięcią, zdolnościami perswazyjnymi i negocjacyjnymi oraz posiadać dużą łatwość komunikowania się w mowie i w piśmie.

Przeciwwskazania do wykonywania zawodu:

Przeciwwskazaniem do wykonywania zawodu może być poważna wada wzroku niepodlegająca korekcji, niepełnosprawność kończyn górnych oraz niektóre choroby psychiczne.

Możliwości i szanse zatrudnienia:

Zatrudnienie w tym zawodzie oferują przede wszystkim agencje marketingowe, agencje reklamowe świadczące usługi marketingu internetowego, działy reklamy i marketingu dużych firm handlowych i usługowych, firmy doradcze i konsultingowe. Pracownik obsługi kampanii e-mailowych może również pracować jako freelancer i prowadzić własną działalność gospodarczą, świadcząc usługi dla różnych firm i instytucji z zakresu marketingu e-mail.