

Kształcenie

Kursy i szkolenia:

Akademia Coolhuntingu i Trendsettingu

(Instytucja nie podaje danych teleadresowych.

Kontakt możliwy wyłącznie drogą mailową).

www.lowcytrendow.pl

kontakt@lowcytrendow.pl

anna@lowcytrendow.pl

szkolenia odbywają się w Krakowie

Krakowska Akademia

im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

ul. G.Herlinga-Grudzińskiego 1

30-705 Kraków

tel. 12 252 44 00, 12 292 62 16

www.ka.edu.pl/kursy/

rekrutacja@afm.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. Starowarszawska 4, 97 - 300 Piotrków Tryb.

Tel. (44) 649 60 87

w Sieradzu:

ul. 3 Maja 7, 98 - 200 Sieradz

Tel. (43) 822 81 84, 822 81 86

w Skierniewicach:

ul. Jagiellońska 28, 96 - 100 Skierniewice

Tel. (46) 833 39 74, 833 36 50



Wojewódzki Urząd
Pracy w Łodzi



Coolhunter

Klasyfikacja Zawodów i Specjalności: 243101



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

Skierniewice, 2013

Coolhunter, inaczej analityk trendów rynkowych lub łowca trendów to osoba, która zajmuje się obserwacją, wykrywaniem i przewidywaniem nowych trendów konsumenckich. m.in. w modzie, artykułach spożywczych, gadżetach. Obiektem zainteresowania są w tym przypadku głównie młodzi ludzie w wieku od 12 do 30 lat z uwagi na to, że stanowią grupę najbardziej podatną na zmiany trendów. Coolhunter zwraca uwagę na to, jak ubiera się młodzież, jakie nosi fryzury lub jaki sprzęt elektroniczny posiada. Bada upodobania danej grupy odnośnie muzyki czy kina, sprawdza jakim słownictwem się posługuje. Niezbędne informacje zdobywa obserwując grupę docelową, integrując się i prowadząc z jej członkami rozmowy dotyczące interesujących go produktów. Wyniki swojej pracy przekazuje specjalistom od reklamy, ci z kolei po ich przeanalizowaniu, dają wskazówki firmom wytwarzającym określony towar np. buty czy soki. Dzięki temu można dostosować produkcję do oczekiwań odbiorców, zmodyfikować już istniejący produkt lub zaprojektować kampanię reklamową dopasowaną do konkretnego odbiorcy.

Zadania zawodowe

Do zadań coolhuntera należy:

- obserwacja i analiza zachowań konsumenckich osób z grupy docelowej,
- obserwowanie reakcji konsumentów oraz zbieranie ich opinii na temat już wprowadzonego produktu,
- odnalezienie i podpatrywanie grupowych liderów, którzy w naturalny sposób wprowadzają nowe trendy i promują określone produkty w swoim otoczeniu, co ułatwia ich szybkie rozpowszechnienie,
- analiza opinii pojawiających się na forach internetowych i blogach - sprawdzanie, o czym mówi się w sieci, jakie produkty są podziwiane, a jakie zostały uznane za niewarte uwagi,

- tworzenie na podstawie zebranych informacji raportów dotyczących obecnych i przewidywanych trendów oraz konkretnych produktów.

Warunki podjęcia pracy w zawodzie

Aby wykonywać zawód łowcy trendów, trzeba posiadać odpowiednie cechy i predyspozycje. Najważniejsze z nich to zdolności komunikacyjne oraz łatwość w nawiązywaniu kontaktów. Ze względu na to, iż przedmiotem obserwacji analityka trendów są zazwyczaj osoby do 30 roku życia, wskazane jest, by coolhunter zaliczał się również do tej grupy wiekowej, co ułatwia zawieranie znajomości. Powinien również posiadać wyczucie stylu i dobrze się prezentować, a także umieć przeniknąć do obserwowanej grupy. Przydatna może okazać się wiedza z zakresu psychologii, socjologii, marketingu i reklamy, jak również umiejętność obsługi komputera oraz znajomość języków obcych. Poza tym dobry coolhunter musi być otwarty na nowości, interesować się modą, muzyką, sportem i nowoczesnymi technologiami. Ponadto dobrze byłoby, aby miał intuicję, która podpowie, w które z zaobserwowanych trendów warto zainwestować, a które są tylko krótkotrwałą fascynacją młodzieży.

Coolhunting to zajęcie dla osób, które lubią być w „modnych” miejscach najtłumniej odwiedzanych przez młodzież - klubach, dyskotekach, kawiarniach, itp. Wskazane jest też posiadanie rozległych kontaktów w środowisku młodych ludzi, w tym w social mediach - portalach społecznościowych, forach i portalach tematycznych. Praca coolhuntera wymaga dużej dyspozycyjności, zwłaszcza w godzinach popołudniowych, wieczornych, a nawet nocnych. Należy być także przygotowanym na pracę w weekendy. Ze względu na brak szkół kształcących w tym zawodzie, jedyną możliwością zdobycia

wiedzy i praktycznych umiejętności są szkolenia i kursy, których oferta jest na razie bardzo skromna.

Możliwości i szanse zatrudnienia

Mimo niezaprzeczalnych korzyści płynących z pracy coolhunterów, rynek usług związanych z analizą trendów rynkowych w Polsce jest jeszcze niewielki. Zatrudnienia w tej branży można szukać tylko w największych miastach, ale nawet tutaj ogólnodostępne oferty pracy pojawiają się bardzo rzadko. Sporadycznie zdarza się, że coolhunterzy są zatrudniani bezpośrednio przez producentów. Zazwyczaj jednak pracują na zlecenie dużych agencji reklamowych i marketingowych, dlatego szukając możliwości zatrudnienia w charakterze łowcy trendów, należy wziąć pod uwagę tego typu firmy. W większości agencji reklamowych na stanowisku analityka trendów zatrudnia się osoby wcześniej związane z reklamą, modą lub show-biznesem, posiadające szerokie sieci kontaktów, które można wykorzystać w trakcie badań. Zdarza się też, że w ramach dodatkowych obowiązków coolhuntingiem zajmują się pracownicy z działów PR, marketingu i sprzedaży czy reklamy.

Place

Z uwagi na to, że rynek usług z zakresu analizy trendów dopiero zaczyna się rozwijać, trudno jest znaleźć informacje o zarobkach coolhunterów. Według dostępnych danych (artykuł *Coolhunter - łowca nowych trendów*, <http://praca.interia.pl>, dost. na dzień 16.06.2013r.), w większości przypadków miesięczne zarobki osób wykonujących ten zawód plasują się w przedziale od 2800 PLN do 5600 PLN brutto. Często coolhunterzy są równocześnie zatrudnieni na innym stanowisku, a analizą trendów zajmują się tylko okazjonalnie. W takich przypadkach zarobki związane z coolhuntingiem są dla nich dodatkiem do pensji.