

Маркетинг самого себя

Самомаркетинг

Мне нравится утверждение Филипа Котлера о том, что личность может являться товаром.

Задумайтесь: каждый из нас — товар. Я — товар. Вы — товар.

И тогда возникает вопрос: «Если вы — товар, то как бы вы себя позиционировали?»

Как массовый товар, как товар для определенного сегмента или товар класса «супер»?

Сколько вы должны стоить?

Как себя продвигать?

Как действовать в различных фазах своего жизненного и профессионального цикла?

Почему бы вам не применить принципы маркетинга к самому себе?

В соответствии с классической теорией любой товар можно классифицировать по трем уровням.

Товар по замыслу — это набор ожиданий, который приобретает ваш работодатель, то есть будущие результаты вашей деятельности. Ваша задача — определить основные ожидаемые выгоды работодателя и предлагать именно их.

Товар в реальном исполнении — это марочное название, упаковка и внешнее оформление (а также качество).

Марочное название — это ваше имя, фамилия и, возможно, профессиональное прозвище (например, мои зарубежные коллеги в свое время дали мне прозвище Доктор — я был единственным обладателем ученой степени в нашей региональной команде).

Упаковка. Содержимое важнее упаковки, но именно «обертка» на первом этапе привлекает покупателя к товару. Одежда, аксессуары, что вы читаете, что слушаете, каким спортом занимаетесь — учитывается все. Я согласен с тем, что по одежке встречают. Одевайтесь соответственно. Утром, посмотрев на себя в зеркало, задайтесь вопросом: «Хотел бы я в таком виде попасть на страницы делового журнала?» (Сколько раз, когда я задавал себе этот вопрос, мне приходилось перевязывать или вообще менять галстук!)

Внешнее оформление — ваша внешность и манеры. Ваши осанка, голос, манера говорить, слушать и вести себя, ваш язык жестов.

Товар с подкреплением — это дополнительные услуги и преимущества, которые могут получить ваши руководители и ваша компания, нанимая вас на позицию менеджера по маркетингу.

Что здесь делает вас особенным?

Какие у вас таланты?

Какими дополнительными навыками вы владеете?

Это могут быть знание иностранных языков, дополнительные знания или образование, даже в областях, не связанных напрямую с вашей сегодняшней деятельностью, деловые связи. Честно протестируйте себя и действуйте в соответствии с выводами.

Чем лучше «товар» по замыслу и в реальном исполнении, чем больше «подкреплений» он имеет, тем более востребован и конкурентоспособен.

Попробуйте сделать для себя SWOT-анализ.

Ищите свою нишу.

Нет товара, который бы мог удовлетворить все потребности. Так же дело обстоит и с менеджерами по маркетингу. Найдите и прочно займите свою нишу. Для этого вам понадобятся специализация, профессиональные знания и опыт. Потом вы сможете при желании предложить себя другому сегменту, перепозиционировать себя.

Важна маркетинговая среда: в той ли компании вы работаете? Правильно ли выбрали отрасль?

Какой же маркетинг без рекламы? Постоянно занимайтесь рекламой себя. Известная степень саморекламы всегда естественна и даже необходима.

И если в следующий раз, когда вы будете искать новую работу или когда новую работу предложат вам, вы представите себя в виде «трех уровней товара», правильно дифференцируете себя, сможете правильно позиционировать и выработать верную стратегию продвижения, я уверен, что ваши шансы получить работу будут гораздо выше, чем у других.

И помните: сколько бы вы ни работали как менеджер по маркетингу, вы всегда находитесь в определенной точке своего жизненного цикла. Внимательно следите за своим положением.

Вы — это самый главный товар в вашей профессиональной жизни.

Do you speak Russian?

Я не открою ничего нового, если скажу, что знание иностранного языка очень важно. Владение английским языком для менеджера по маркетингу является обязательным условием его профессионального развития, ведь основные публикации, журналы, сайты и книги о маркетинге — на английском языке. Можно сказать, что английский язык — официальный маркетинговый язык.

Владение любым дополнительным языком — это большой плюс и преимущество.

Но очень важно, изучая иностранные языки, не забывать русский.

Это тоже часть вашего конкурентного преимущества.

Как вы пишете?

Каков ваш словарный запас?

Одно из исследований, проведенных в США, выявило, что существует прямая зависимость между словарным запасом человека (и тем, как он его использует) и его положением на карьерной лестнице. Естественно, чем больше словарный запас, тем выше положение.

Говорите ли вы без ошибок?

Конечно, вряд ли в объявлении о приеме на работу вы найдете слова «требуется свободное владение русским языком». Но ваша компания по умолчанию ожидает этого от вас.

Грамматическая ошибка в вашем резюме или бедность языка могут свести ваши шансы получить работу к нулю.

А косноязычие во время переговоров, неумение грамотно составить коммерческое предложение или примитивность языка в созданных вами рекламных материалах на чисто перечеркивают все ваши достоинства как специалиста и сводят на нет все ваши профессиональные усилия.

Тот, кто не может «говорить по-русски», не сделает грамотной карьеры в маркетинге.

Все, что вы говорите и пишете, — реклама

Ваши коллеги вправе ожидать от вас интересных и нестандартных мыслей, слов, выступлений и писем. Вы же менеджер по маркетингу!

подавляющее большинство менеджеров других профессий убеждены, что маркетинг — это самая интересная экономическая дисциплина. Не разочаровывайте их!

Если реклама (печатные материалы, сайт, реклама в прессе), которую вы делаете для вашей компании, интересна (я надеюсь), то почему же то, что вырывается из ваших уст или выходит из-под пера, должно быть скучным?

Все, абсолютно все, что вы говорите и пишете, — это ваша реклама.

Научитесь (учитесь) говорить и писать коротко, правильно, дельно, конкретно, интересно, с юмором.

Прочитайте несколько хороших книг — о мастерстве презентаций; об искусстве публичных выступлений; о том, как правильно писать письма и электронные письма (это разные вещи).

Не менее важно научиться правильно слушать и понимать язык жестов (считайте, что это маркетинговые исследования).

Помните: чем лучше ваша реклама (чем лучше вы думаете, говорите и пишете), тем большим спросом будете пользоваться и вы.

Кто ваш наставник?

Если я видел дальше других, то это потому, что я стоял на плечах гигантов.

Исаак Ньютон

Скажите мне, кто ваш наставник, и я скажу, кто вы.

Если вы скажете, что у вас нет наставника, то это тоже скажет мне многое.

Найдите своего наставника по маркетингу (или учителя — как вам удобнее) как можно раньше — в самом начале своей карьеры (вы можете сделать это еще во время учебы в институте), встречайтесь с ним время от времени, звоните ему, спрашивайте совета, консультируйтесь в сложных ситуациях.

Что может дать вам наставник?

Вы всегда сможете получить от него профессиональный совет, необходимые информацию и рекомендацию.

Наставник поможет вам определиться с вашими сильными сторонами, укажет на слабые места и предложит, как их

можно улучшить (даст ваш объективный внешний SWOT-анализ).

Он объяснит вам, как поступить в той или иной ситуации, предупредит об опасностях.

Он поможет вашему профессиональному росту.

Поможет установить новые деловые связи в профессиональной среде (поделится своими связями и контактами).

В случае необходимости даст независимую, объективную оценку какой-то ситуации или проекта.

Он всегда сможет воодушевить вас.

Где-то я встретил такие слова: «Честная обратная связь — вот это и есть наставничество».

Хорошо сказано.

Жалко, что большая редкость.

А если у вас спрашивают рекомендацию при поступлении на новую работу, вы можете предложить связаться с вашим наставником: и вы, и представитель новой компании (или агентства по подбору персонала) должны знать, что характеристика будет объективной — вы ведь ученик, а не любимчик.

Как найти своего наставника?

Это не обязательно должен быть ваш начальник или начальник вашего начальника (хотя такое и встречается).

Это может быть человек, который пользуется авторитетом в той области, в которой вы работаете.

Это может быть ваш научный руководитель, менеджер, у которого вы проходили практику, или «гуру», с которым вы познакомились на научной конференции.

Ваши отношения могут сложиться сами собой: вы можете спросить совета у этого человека, получить его, поблагодарить, воспользоваться и обратиться снова. Если человека, к которому вы обращаетесь, такое общение не тяготит, то считайте, что отношения наставничества сложились.

Вы также можете попробовать сделать формальный шаг и попросить его стать вашим наставником.

Говорят, когда ученик готов, учитель появится.

Но не ждите. Когда вы чувствуете, что вам нужен наставник, то начинайте его (их) активно искать. Проявляйте инициативу: под лежачий камень вода не течет.

А в некоторых компаниях институт наставничества даже создается специально и поощряется.

Поверьте, ваш наставник не будет тяготиться подобной дополнительной нагрузкой при условии, что вы будете благодарны и не будете чересчур назойливы (знайте, что спросить и когда спрашивать).

Как вы можете отблагодарить своего наставника?

Японцы говорят: «Лучшая благодарность ученика по отношению к своему учителю — когда он превосходит его».

Это правда. Постарайтесь оправдать ожидания вашего наставника, не подводите его, постарайтесь быть таким, как он, а если это возможно — то и лучше его.

Продолжайте обращаться к нему, даже когда вы сами добились значительных успехов, не теряйте связи с ним. Даже если вы считаете, что догнали и превзошли его, из общения с ним вы все равно сможете извлечь пользу.

Еще один способ отблагодарить вашего наставника — продолжить эту традицию. Когда вы сможете стать наставником, то не отказывайте тем, кто нуждается в вашем совете и в вашей помощи.

Я думаю, что моя карьера сложилась бы совсем по-другому без поддержки и участия некоторых людей, помогавших мне на определенных этапах.

Мне повезло. Начните работать над своим везением тоже.

Не останавливайтесь (учиться)!

Если вы думаете, что вы хороши, то вы мертвы.

Майкл Хэммер

Вы можете предсказать судьбу человека и предугадать величину его банковского счета, если вы знаете две вещи: книги, которые он читает, и людей, с которыми он общается.

Эрл Найтингейл

У вас за плечами школа и институт. У вашего конкурента — спецшкола и университет. Кто имеет больше шансов устроиться на хорошую работу? Кому отдадут предпочтение при прочих равных?

У вас высшее специальное образование, у вашего конкурента — МВА по маркетингу. У кого теперь преимущество?

И если в глазах ваших работодателей роль базового образования с каждым годом вашей карьеры будет снижаться (кого сейчас будет интересовать, что более 20 лет назад я окончил Московский институт управления?), то значимость самообразования с каждым годом вашей карьеры будет повышаться.

Вы не можете останавливаться учиться. Если вы перестанете повышать уровень своего образования, то перестанете быть конкурентоспособным на рынке труда. Если вы будете продолжать учиться, то положительно повлияете на свою карьеру, способность думать и принимать решения.

Среди многих способов самообразования я хотел бы отметить следующие.

Тренинги

Я скептически отношусь к тренингам, хотя этот способ образования позиционируется как один из самых эффективных.

Те, кто проводит тренинги, часто используют следующий аргумент о запоминании информации. Считается, что в зависимости от канала восприятия информация лучше запоминается (перечисление по нарастающей), когда мы читаем; слышим; слышим и видим; говорим; говорим и делаем.

Для любителей точности.

Мы запоминаем (по данным Вернона Магнезена):

- 10% того, что мы читаем;
- 20% того, что мы слышим;
- 30% того, что мы видим;
- 50% того, что видим и слышим;
- 70% того, что мы говорим;
- 90% того, что говорим и делаем.

Однако сейчас важно не запомнить информацию, а знать, где ее можно быстро найти и как ею воспользоваться.

Когда на тренинге в течение ограниченного времени в тебя вкладывается огромное количество информации — это, по мнению организаторов, эффективно. Но это большое количество информации забывается так же быстро! Все, что вам давали в течение дня, вы можете забыть в течение дня; все, что вам давали в течение недели, вы забудете в течение недели.

Кроме того, тренинг — еще и один из самых дорогих способов образования.

Как обычно выбирается тренинг?

Я видел опрос менеджеров по персоналу, которых опрашивали о приоритетах при выборе тренингов для сотрудников.

В порядке убывания они были такими: содержание программы, стоимость, рекомендации, тренер, получение сертификата, известность тренинговой компании.

Я не согласен.

Если вы хотите пойти на тренинг, то идите не за информацией и даже не за знаниями.

Идите за идеями, рекомендациями, советами, которые помогут вам что-то делать более эффективно, качественно, что-то изменить. Не бойтесь спросить организаторов тренинга заранее: что полезное вы вынесете для себя с этого тренинга? Что вы сможете изменить в своей практике?

Именно это, а не реклама тренинга, не «корочки» после тренинга и даже не отзывы отучившихся на этом тренинге, должно быть решающим фактором при окончательном принятии решения.

Я слышал, что весь учебный материал на тренингах IBM оценивается по критерию «Пригодится ли это нам на следующей неделе?». При выборе тренинга для себя вы можете тоже задать себе этот вопрос. Только ставьте его жестче: «Пригодится ли мне этот материал завтра?»

Деловые игры

Это один из самых эффективных инструментов повышения образования. Игра может моделировать реальную жизненную ситуацию. Проблема заключается в том, что проработанная игра может отличаться от новой реальной жизненной ситуации и вы будете не готовы к оптимальному ее решению.

Когда я служил в армии, то мы до автоматизма осваивали приемы самообороны, повторяя их сотни, а то и тысячи раз. Противник бьет ножом сверху — делай так. Противник наносит удар ногой — делай так. После такой «деловой игры» любой из нас работал «на автомате». Я думаю, что второй недостаток деловых игр заключается в том, что они не отработывают нужный навык до автоматизма. А это значит, что когда вы столкнетесь с подобной деловой ситуацией, то можете прореагировать неправильно или несвоевременно.

Книги

Мой любимый способ самообразования, который я с удовольствием рекомендую многим.

За последние годы я прочитал множество книг по маркетингу и другим интересным для меня темам.

Чуть ли не каждый второй вопрос, который я слышу, — «Как вам (тебе) удастся так много читать?». (В 2003 году за 12 месяцев я прочитал 154 бизнес-книги, в 2004-м — 170. Я думаю, что это предел. Во-первых, уже нечего читать, во-вторых, все сложнее и сложнее находить (вырывать) время для чтения.)

А если вам все-таки нужен ответ, то читайте дальше.

Один из вопросов, которые я задаю кандидатам, когда принимаю их на работу: «Что вы прочитали за последнее время?»

Перед тем как отправить кого-либо из своих сотрудников на тренинг, я обязательно требую, чтобы они прочитали несколько книг на эту тему. Как правило, после того, как они это делают, они больше не обращаются с просьбой об учебе. Чтение книг дешевле и эффективнее.

Чтобы получить максимальную пользу от книг, следуйте следующим советам.

- Не читайте все книги; читайте только те, которые вам порекомендовали другие (так вы сэкономите время и деньги). Надо признать, что большинство книг о менеджменте очень неинтересны и малополезны. Читайте автобиографии деловых людей — я не разочаровался ни в одной из тех, что прочитал.
- Не читайте книгу от корки до корки; научитесь читать сквозь книгу — прочитайте введение, заключение, потом просмотрите книгу в поисках интересных мыслей. Очень часто автор дает один конкретный совет в конце главы, а вся остальная глава — «вода».

Читайте больше.

Заведите свою собственную библиотеку.

В моей библиотеке около 60 книг, которые я перечитываю или просто проглядываю время от времени.

Я часто спрашиваю других, есть ли у них подобные библиотеки любимых книг. Чаще всего от успешных людей я слышу положительный ответ.

Говорят, что специалист растет со своей библиотекой.

Я согласен с этими словами.

Но можно сказать и по-другому.

Скажи мне, какие книги в твоей библиотеке, и я скажу тебе, что ты за специалист.

Средний менеджер по маркетингу вряд ли читает больше чем одну книгу за полгода. Если вы поставите перед собой цель читать одну книгу в месяц, то вы будете знать в шесть (!) раз больше, чем другие. Это определенно даст вам дополнительные преимущества — в знаниях, навыках, количестве идей.

Представьте на минуту, что вы — это среднестатистический менеджер, а ваш коллега, менеджер по маркетингу из конкурирующей компании, читает книгу каждый месяц.

Представили?

Теперь представьте, что ваш руководитель тоже представил это.

Еще Джакомо Казанова говорил: «Остерегайся того, кто читал одну лишь книгу». Должна ли ваша компания остерегаться вас?

Периодика (газеты, журналы)

В специализированных газетах и журналах можно найти не менее интересную информацию, чем в книгах. Подпишитесь на основные газеты и журналы и находите время прочитывать их по диагонали.

Вы можете завести специальную папку «Прочитать» и собирать там вырезки, копии и распечатанные материалы, которые вы можете более внимательно прочитать, когда у вас появится время.

Сайты

Интернет-сайты — это эффективный источник информации для ежедневного самообразования.

Добавляйте в папку *Favorites* сайты, которые вам кажутся интересными (или вам их кто-то порекомендовал). Распечатывайте интересные материалы и добавляйте их в папку «Прочитать». Подпишитесь на ежедневные или еженедельные рассылки сайтов, которые вам нравятся (я подписан примерно на десять информационных бюллетеней: никогда не знаешь, где найдешь новую идею).

Практика

Вернее сказать, что правильная практика — правильный источник образования и самообразования. Я часто отказывал своим сотрудникам в тренингах по маркетингу — какой смысл? Они сами могли научиться на таких семинарах кого хочешь. А небольшие пробелы в знаниях можно восполнить книгами.

Хорошо, если вам приходится участвовать в работе нескольких смежных отделов, — это великолепный опыт. Бросайтесь в новые для себя области. Здесь как с известным в народе способом научиться плавать: пока не будете тонуть, плыть не начнете.

И еще одно замечание: чем больше на себя берешь во время работы, тем большему учишься. Одна из моих коллег заметила, когда начальство поручило ей проект, который для нее был абсолютно новым: «Что же, еще одна строчка в резюме». Лучше не скажешь.

Общение

Стремитесь к общению с интересными людьми как через Интернет, так и в реальной жизни.

Партнеры, клиенты, коллеги, конкуренты, поставщики, консультанты — вот неполный список тех, с кем вы можете общаться.

Деловые ассоциации, бизнес-клубы, интернет-сообщества (рекомендую e-executive.ru), конференции, семинары, выставки — еще один неполный список мест, где вы можете общаться. Заводите связи, слушайте, что говорят другие, высказывайтесь сами, учитесь.

Я часто встречаюсь с интересными людьми, иницирую такие встречи сам, с удовольствием принимаю приглашения о встрече с их стороны.

Всегда спрашиваю своих собеседников о том, как они работают, пытаю о профессиональных секретах, выведываю о том, как они достигли успеха.

То, что рассказывают они, не прочитаешь ни в одной книге.

Советы, которые я слышу от них, я часто использую в своей практике — или даже делаю своей привычкой.

Стажировка

Я считаю, что это один из самых лучших способов образования — при условии, что она правильно организована. Важно все! Как вы организуете стажировку? Когда? Где? С каким настроем вы идете на нее? Как вас примут? Кто?

Я в своей практике только один раз был на стажировке в течение недели в Англии. Очень помогло в тот момент. Очень!

У меня был индивидуальный план: что я там делаю, зачем еду, с кем и где встречаюсь, для чего. Кстати, вопрос эффективности. Полезность можно оценить по количеству идей, с которыми вернется стажер. За неделю в Англии я набрал 43 идеи. 12 идей реализовали на следующей неделе, когда я вернулся в Москву. Еще 18 — в течение следующих 90 дней. Остальные в то время оказались неприемлемыми для России.

Начальник

Вам повезло с начальником, если вы можете у него учиться, если он проповедует принцип «следуй за мной». Но если вам не повезло с руководителем, то тоже учитесь — только уже на его отрицательном примере.

Есть такая шутка: «Учиться, учиться и учиться — это лучше, чем работать, работать и работать». Практика и реальность нашей жизни: вы должны успевать и работать, и учиться.

Решите, какие навыки и знания вам необходимы сейчас и потребуются в будущем.

Выберите способы самообразования, которые вам подходят больше всего, и эффективно используйте их (вы можете сделать матрицу, где по вертикали будут способы обучения, а по горизонтали — навыки, которые для вас важны; потом проанализируйте себя по этой матрице и выберите наилучший способ образования).

Борис Щербаков, генеральный директор компании Oracle в России и странах СНГ, оказался очень внимательным и требовательным читателем первого издания «Маркетинг на 100%». Я учел много его предложений (спасибо, Борис!) и не мог не включить эти слова: «Никто никого ничему научить не может. Научиться можете только ВЫ САМИ, с помощью или без помощи кого-то. Хорошо, если есть умный учитель. Хорошо, если материал падает на благодатную почву опыта, готовности размышлять и делать свои выводы. Не у всех получается читать и понимать написанное, хотя, кажется, столько уже про этот самый маркетинг сказано — слушай, читай, внимай да пользуйся опытом старших.

В этом смысле совсем без разницы, с чего начать путь познания и приобщения... Главное — начать.

Для себя я давно определил, что нет единственно верных решений, но варианты знать надо. Где ты их почерпнешь, зависит от широты охвата информации, от кругозора, от жадности к познанию. “Жадные” здесь выигрывают, поскольку не ленятся и узнают много больше правильных вариантов к тому моменту, когда нужно делать выбор в пользу какого-нибудь варианта. А “ленивые” зато, бывает, экспериментируют — тоже польза, правда, попаданий меньше, причем, по моему опыту, намного!..

Не ленитесь, читайте все, что имеет отношение к вашей профессии, к вашему росту, культурному в том числе. Да воздастся сторицей».

Специализируйтесь в чем-либо. Станьте экспертом. Знайте больше, чем кто-либо другой в вашей компании (или отрасли) о каком-то предмете.

Мой отец, когда я еще учился в школе, как-то сказал мне: «Подлинное образование достигается путем самообразования». Я до сих пор помню эти слова, согласен с ними и следую им.