

Chuẩn Năng Lực Marketing

Đỗ Hòa - Marketing Chiến Lược giới thiệu bộ Chuẩn Nghề nghiệp Marketing làm khuôn khổ hỗ trợ việc quản lý, đào tạo và phát triển năng lực chuyên môn marketing trong các công ty, tổ chức.

Định nghĩa thước đo năng lực marketing được tạo ra nhằm giúp các cấp quản lý và nhân viên nắm vững những Kiến thức, Kỹ năng và Hành vi cần thiết để hoàn thành công việc một cách chuyên nghiệp. Thước đo này được xây dựng có tham khảo hệ thống chuẩn của các tập đoàn đa quốc gia, nghiên cứu lý luận hàn lâm, và được so sánh với những điển hình xuất sắc của các công ty thuộc đẳng cấp quốc tế.

Mỗi năng lực chuẩn được xếp theo 5 bậc thang trình độ, phản ánh kiến thức, kỹ năng và hành vi cần thiết để thực hiện tốt công việc.

Thước đo này có thể giúp các cá nhân và công ty trong việc quản lý, định hướng phát triển năng lực chuyên môn về marketing, làm cơ sở để đánh giá năng lực, xếp lương theo nghề nghiệp cũng như là bổ nhiệm các vị trí quản lý chuyên môn.

Thước Đo Năng Lực Marketing Chuẩn

<p>Hiểu biết (Awareness)</p>	<p>Hiểu biết tương đối tốt những gì thuộc về lĩnh vực marketing và mối tương quan đến hoạt động kinh doanh.</p> <p>Có khả năng mô tả những nội dung chính về marketing và tầm quan trọng của marketing đối với hoạt động kinh doanh.</p> <p>Có khả năng nhận biết những năng lực chuyên môn marketing và mối liên quan đến công việc đang đảm trách.</p>
<p>Nắm vững (Knowledge)</p>	<p>Có khả năng đọc và đánh giá thông tin và ý kiến từ các chuyên gia marketing.</p> <p>Biết và có khả năng sử dụng thuật ngữ trong lĩnh vực marketing một cách chính xác. Có khả năng tranh luận với các chuyên gia marketing và có thể đặt ra những câu hỏi đánh giá tính hiệu quả của những đề xuất trong lĩnh vực marketing.</p>
<p>Có kỹ năng (Skill)</p>	<p>Có khả năng thực hiện một cách nhất quán hoạt động marketing, và có khả năng chuyển những hướng dẫn, chuẩn mực marketing thành những hành động cụ thể.</p> <p>Có khả năng giải quyết những vấn đề mang tính kỹ thuật và vận hành thông thường.</p> <p>Có khả năng đưa ra những hướng dẫn, những lời khuyên trong phạm vi chuyên môn marketing.</p>
<p>Thông thạo (Master)</p>	<p>Có khả năng phân tích và giải quyết những vấn đề bất thường và có khả năng vận dụng linh hoạt những kiến thức chuyên môn marketing một cách thành công.</p>

	<p>Có khả năng giải quyết những vấn đề đột xuất thuộc lĩnh vực chuyên môn marketing một cách sáng tạo.</p> <p>Có khả năng vận dụng kinh nghiệm marketing từ những thị trường khác vào trong thị trường mà mình hoạt động.</p> <p>Có khả năng tạo ra những cải tiến quan trọng trong hoạt động và qui trình marketing.</p>
Phát triển mới (Develop New)	<p>Có khả năng phát triển những hướng tiếp cận mới, những phương thức mới thuộc về lĩnh vực marketing.</p> <p>Có khả năng đánh giá những tác động của xu hướng thương mại/công nghệ về mặt lâu dài đối với marketing và có khả năng phát triển những hành động chiến lược sáng tạo trong lĩnh vực marketing.</p> <p>Có khả năng phát triển những hướng tiếp cận mới và những ứng dụng mới trong lĩnh vực marketing.</p>

Bảng Định Nghĩa Tóm Tắt Những Tiêu Chí Năng Lực Chuyên Môn Marketing

Nắm bắt Thị trường	<p>Đạt được lợi thế cạnh tranh thông qua việc sử dụng một số công cụ, kỹ thuật và kinh nghiệm nhằm thấu hiểu quan điểm, nhu cầu và hành vi của người tiêu dùng, khách hàng, và nắm bắt nguyên tắc vận hành của thị trường.</p> <p>Trên cơ sở thấu hiểu thị trường và người tiêu dùng/khách hàng, có khả năng đưa ra những nhận định mang tính định hướng, xác định những cơ hội và đề xuất những hành động cần thiết nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh và sự thành công trong hoạt động kinh doanh.</p>
Marketing Chiến Lược và Hoạch định	<p>Xây dựng những chiến lược marketing sáng tạo nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh.</p> <p>Chuyển từ mục tiêu/chiến lược marketing thành các chiến thuật và những hoạt động cụ thể trước mắt và dài hạn.</p>
Xây dựng Trải nghiệm Thương hiệu	<p>Hiểu xây dựng thương hiệu là gì và bằng cách nào có thể sử dụng thương hiệu để thay đổi cảm nhận của khách hàng và tạo ra sự khác biệt trên thị trường.</p> <p>Hiểu những vấn đề thường gặp về thương hiệu, hiểu tác động của định vị đối với hình ảnh thương hiệu, hiệu quả sản phẩm, và tác động của các thành phần marketing mix đối với người tiêu dùng hay khách hàng.</p>

<p>Xây dựng Giải pháp Giá trị Khách hàng</p> <p>(bao gồm quản trị kênh và định giá)</p>	<p>Vận dụng sự hiểu biết thị trường, nhu cầu của khách hàng/người tiêu dùng, xây dựng giải pháp giá trị đặc trưng dành cho khách hàng từ việc kết hợp các yếu tố của marketing mix, thương hiệu, CVP, quản trị kênh và định giá nhằm hỗ trợ những trọng tâm chiến lược của đơn vị/công ty.</p> <p>Xác định những thương hiệu/nhãn hàng và nhu cầu về sản phẩm để hỗ trợ thực hiện giải pháp. Xây dựng kế hoạch hành động cụ thể và kế hoạch truyền thông để triển khai thực hiện thành công trên thị trường.</p>
<p>Truyền thông Tiếp thị Sáng Tạo</p>	<p>Khả năng sử dụng dữ liệu điều nghiên thị trường đáng tin cậy để hoạch định chiến lược truyền thông tiếp thị thương hiệu, xây dựng kế hoạch nhằm thực hiện thành công mục tiêu marketing và mục tiêu thương hiệu.</p> <p>Nắm vững và sử dụng hiệu quả những phương tiện truyền thông khác nhau đối với từng đối tượng khách hàng/người tiêu dùng khác nhau, và liên tục theo dõi đánh giá cũng như là điều chỉnh dựa trên phản hồi.</p>
<p>Thực hiện mang lại Hiệu quả Tối ưu trên Thị trường</p>	<p>Xây dựng và quản lý việc triển khai thực hiện kế hoạch trên cơ sở đạt được sự đồng thuận với các phòng ban chức năng khác về chiến lược và kế hoạch hành động.</p> <p>Thực hiện một cách chắc chắn, không để xảy ra sai sót các kế hoạch nhằm đạt được kết quả tối ưu, tạo ra động lực cải thiện không ngừng thông qua việc đánh giá, giám sát và sử dụng cơ chế phản hồi nhằm đảm bảo sự thành công.</p>

Ứng Dụng Thước Đo và Chuẩn Năng Lực

Thước đo năng lực marketing có thể được áp dụng trong công tác xác định chuẩn năng lực cho từng vị trí có liên quan đến hoạt động kinh doanh của công ty.

Ví dụ:

- Đối với vị trí CMO trong công ty. Yêu cầu trình độ theo thước đo mà chúng tôi đề xuất là "Thông thạo" (Master), hoặc tối thiểu phải là "Có kỹ năng" (Skill) đối với hầu hết các Tiêu chí Năng lực.
- Đối với các vị trí quản lý kinh doanh khác ngoài vị trí quản lý marketing, chúng tôi đề xuất yêu cầu trình độ tối thiểu theo thước đo đối với đa số các tiêu chí chuyên môn là "Nắm vững" (Knowledge).
- Các vị trí khác trong chức năng marketing (phụ trách phân tích thị trường, phụ trách nhãn hàng, phụ trách trade, phụ trách truyền thông - quảng cáo, phụ trách PR...) thì tùy thuộc vào đặc điểm của từng công việc mà điều chỉnh thước đo đối với từng Tiêu chí Chuẩn Năng lực.
Chẳng hạn người phụ trách truyền thông - quảng cáo thì yêu cầu đối với tiêu chí

"Truyền thông Tiếp thị Sáng tạo" sẽ cao hơn người phụ trách trade, ngược lại người phụ trách trade sẽ có yêu cầu tiêu chí "Xây dựng Giải pháp Giá trị Khách hàng" cao hơn người phụ trách quảng cáo.