

Карьера маркетолога: Тупик или трамплин?

Форрест, ты уже выбрал, кем станешь, когда
вырастешь?



80% генеральных директоров не доверяют мнению маркетологов

(90% генеральных директоров доверяют мнению Финансового и Операционного директора)

**When you're only No.2,
you try harder.
Or else.**

77% маркетологов не корректно оценивают эффективность

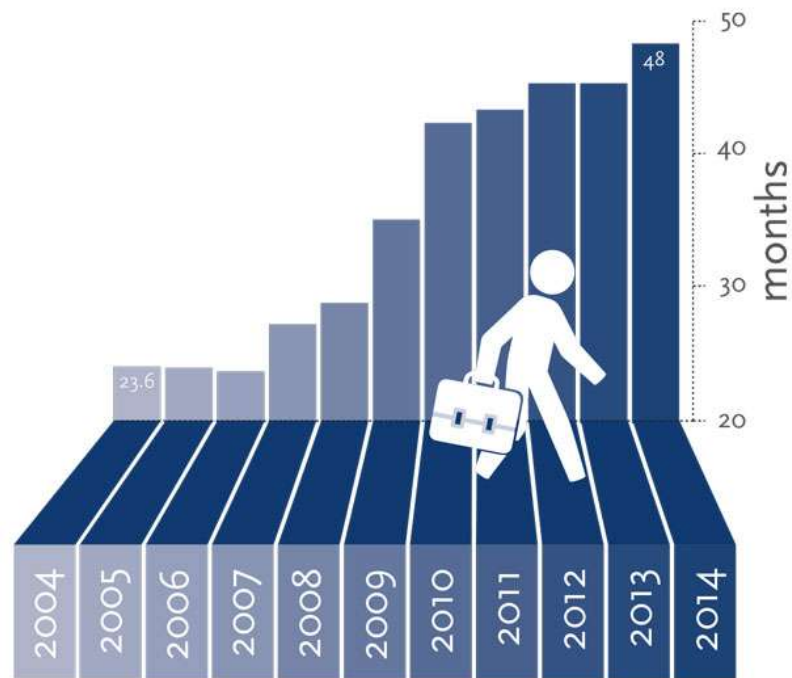
(77% оценивают эффективность в знании бренда, 74% не используют в своей работе Ключевое ценностное предложение – CVP, 71% маркетологов в цифровой среде видят как KPI - вовлеченность клиентов, а не продажи)



**KEEP
CALM
AND
REACH
KPI**

НО...Средний срок каденции маркетолога растет!

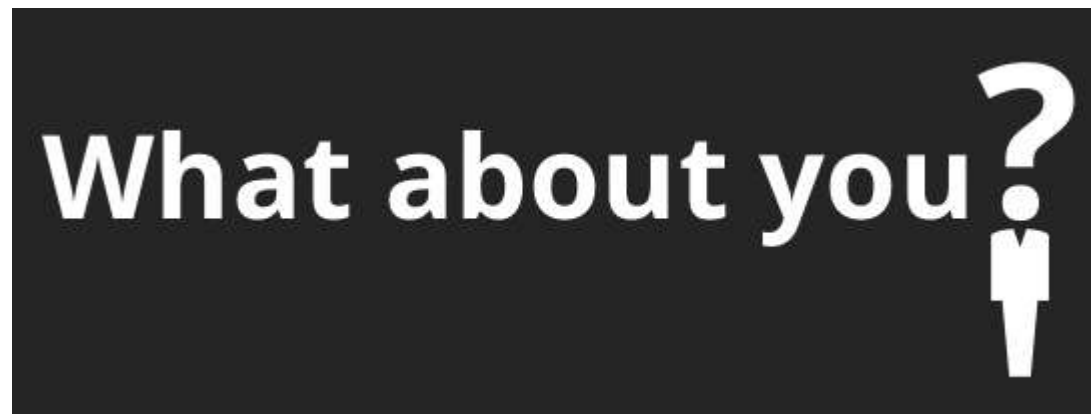
Расширение «цифрового поля» взаимодействия с клиентом (долгосрочные «цифровые» проекты), увеличение каналов конкуренции - повышают роль маркетинга и «приближают» СМО к руководству компании



Average CMO tenure through the years

Долгосрочная карьера, проекты, CEO или свой бизнес?

Первичный анализ развития карьеры ТОП маркетологов 2007-2010 г.г. (Рейтинг ТОП Маркетологов \ Коммерческих директоров): Генеральные директора – единицы, Долгосрочная карьера – единицы, прожекторы – много, свой бизнес - много



Гости сессии «Карьера маркетолога»

