



Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie

INFORMACJA O ZAWODZIE

BRAND MANAGER

Lublin 2010r.

Zawód: Brand manager

Brand Manager (menadżer ds. marki, opiekun marki) to stanowisko najczęściej spotykane w branży FMCG (szybko zbywalnych dóbr), firm produkcyjnych, branży IT i finansach. Osoba na tym stanowisku odpowiada za wprowadzenie i ciągły rozwój danej marki produktów tak aby osiągać maksymalne zyski ze sprzedaży.

Obowiązki zawodowe:

Brand manager kieruje daną marką produktów, do jego zadań należy min. tworzenie planów i strategii rynkowych, koordynowanie badań i analiz marketingowych, opracowanie koncepcji akcji promocyjnych, współpraca przy tworzeniu strategii cenowych z działem sprzedaży, planowanie działań marketingowych służących budowaniu wizerunku marki, współpraca z agencjami reklamowymi i innymi podmiotami zewnętrznymi w trakcie realizacji przedsięwzięć promocyjnych.

Wykształcenie i wymagania zawodowe:

Wymagane jest minimum roczne doświadczenie w zakresie marketingu (promocja, reklama), dobrze widziane jest wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne), a przynajmniej licencjat (np. na kierunku marketing i zarządzanie).

Wymagana jest bardzo dobra znajomość angielskiego (niekiedy dodatkowo innego obcego języka), odpowiedzialność, zaangażowanie, zdolności organizacyjne, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, umiejętność pracy w zespole, zdolność analitycznego myślenia, dyspozycyjność.

Rozwój zawodowy:

Pierwszym etapem kariery może być praca w charakterze asystenta w dziale marketingu/sprzedaży, ewentualnie asystenta menedżera ds. marketingu. Kolejnym etapem będzie stanowisko koordynatora lub specjalisty ds. marketingu (min. 1,5-2 lata doświadczenia w reklamie/promocji).

Następny szczebel to pozycja brand managera/product managera (menedżera ds. marki/produktu) /key account managera (ds. kluczowych klientów).

Po zdobyciu doświadczenia na stanowisku brand managera/product managera, można przejść na stanowisko senior brand managera (starszego menedżera ds. marki)/kierownika ds. marketingu.

Kolejne stanowiska to regionalny kierownik ds. marketingu/dyrektor ds. marketingu, następnie - dyrektor ds. marketingu i sprzedaży/dyrektor zarządzający, później dyrektor generalny. Zwieńczeniem kariery jest stanowisko prezesa/CEO.

Zarobki:

Płaca zasadnicza waha się między 2,5 tys. zł a 17 tys. zł brutto. Do tego dochodzi premia i bonusy zależne od wyników oraz od sukcesów (np. podpisanie umowy z nowym klientem, przekroczenia danego poziomu sprzedaży), komórka, rzadziej samochód służbowy, szkolenia.

Opracowano na podstawie źródeł:

<http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,74896,244998.html>

<http://praca.wp.pl/sid,23225,stanowiska.html>