

Specjalista do spraw reklamy

243107

Inna nazwa zawodu: account executive, specjalista ds. promocji i reklamy, specjalista ds. marketingu i reklamy

Wymagania psychologiczne

WYMAGANIA PSYCHOLOGICZNE

Specjaliści ds. reklamy, z racji swoich obowiązków, muszą cechować się przede wszystkim odpowiedzialnością, sumiennością i dokładnością. Projekty, którymi kierują są bardzo kosztowne, wystarczy drobna pomyłka, żeby stracić duże pieniądze, a to może mieć też wpływ na wizerunek firmy i zaufanie klienta. Jednocześnie od specjalistów ds. reklamy oczekuje się twórczego myślenia, oryginalności i błyskotliwości ze względu na fakt, iż najczęściej to oni są pomysłodawcami kampanii reklamowej produktu czy marki klienta. Osoba pracująca w tym zawodzie musi w związku z tym posiadać bogatą wyobraźnię, a także wyobraźnię przestrzenną, uzdolnienia techniczne i artystyczne. Wskazane są również: inicjatywa, odwaga, ekspresyjność, ciekawość, dążenie do awansu w hierarchii społecznej, potrzeba osiągnięć.

Ponadto specjalista ds. reklamy musi być sprawny językowo, zarówno jeżeli chodzi o bezpośrednią prezentację produktu, jak też korespondencję czy kontakty z klientami i współpracującymi agencjami. Umiejętność przygotowania i przeprowadzenia prezentacji najczęściej przed dużym gronem osób również jest konieczna.

Specjalista ds. reklamy powinien posiadać umiejętności negocjacyjne, ponieważ ważnym elementem jego pracy jest ustalanie warunków umowy z klientem oraz ze współpracującymi firmami. Powinien również być spostrzegawczy oraz posiadać umiejętności przekonywania i elastycznego reagowania na zmieniającą się sytuację, szybki refleks. Ponadto specjalistę ds. reklamy musi wyróżniać zdolność koncentracji uwagi zarówno w trakcie tworzenia projektu, jak i w trakcie jego realizacji i rozliczania. Ważna jest także podzielność uwagi, dobra pamięć, rozumowanie logiczne. Prowadzenie rozliczeń kosztownych wydatków na reklamę wymaga również uzdolnień rachunkowych.

Specjalistę do spraw reklamy musi cechować umiejętność pracy w szybkim tempie, często bowiem pracuje pod presją czasu. Dlatego ważna jest w tym zawodzie także umiejętność podejmowania szybkich i trafnych decyzji. Natomiast ze względu na intensywność oraz często nieuregulowaną długość dnia pracy, stres związany z presją czasu oraz z dużymi kwotami, którymi się obraca, niezbędna jest odporność emocjonalna i wytrzymałość na długotrwały wysiłek.

W pracy specjalisty ds. reklamy, ze względu stały kontakt z klientami i współpracownikami, bardzo istotne są umiejętności interpersonalne. Ważna jest empatia oraz umiejętność nawiązywania kontaktów z ludźmi i umiejętność postępowania z nimi, radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych, umiejętność współdziałania, a jednocześnie niezależność, samodzielność i samokontrola. Pożądane są również umiejętności kierownicze, takie jak delegowanie i egzekwowanie zadań, podejmowanie decyzji za innych, a zarazem umiejętność podporządkowania się

zarówno swoim zwierzchnikom, jak i przede wszystkim decyzjom zlecniodawcy.

Do zainteresowań niezbędnych w zawodzie specjalisty ds. reklamy zalicza się artystyczne i menedżerskie, a do przydatnych – techniczne, naukowe, urzędnicze i społeczne.