Маркетинговий план і нетворкінг

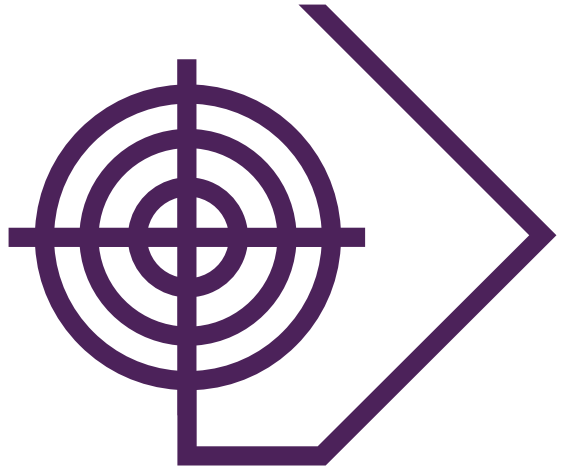
Вебінар

© 2021 Lee Hecht Harrison. All rights reserved.

План і цілі на сьогодні

Після цього вебінару Ви зможете підняти свій особистий бренд на новий рівень

- Маркетиговий план, як робочий документ
- Нетворкінг, як найбільш перспективний шлях знайти найкращі можливості
- Поради щодо налагодження ефективного нетворкінгу



Lee Hecht Harrison

Маркетинговий план

Lee Hecht Harrison

Призначення маркетингового плану

Маркетинговий план – це:

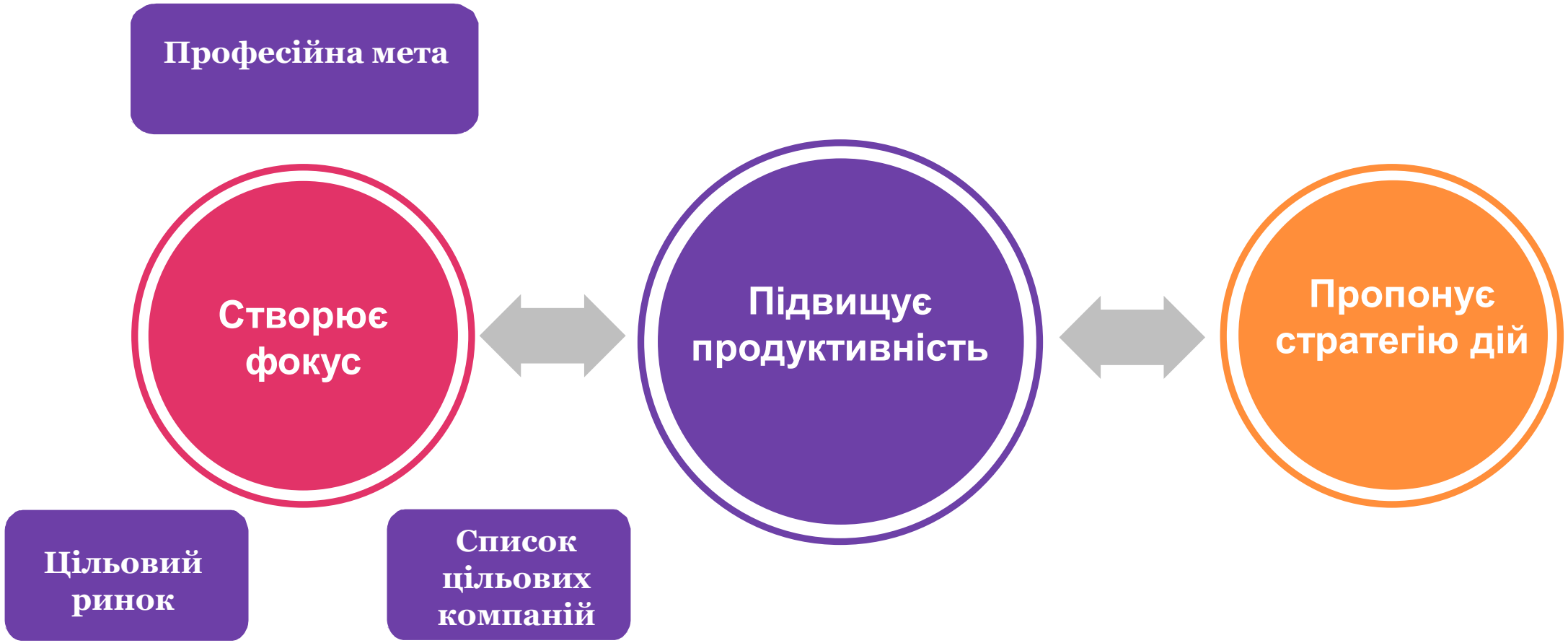
1 Ваш робочий документ зі стислим викладенням процесу Вашого пошуку роботи:

- Що Ви пропонуєте ринку, як кандидат
- Ваш цільовий ринок
- Ваші цільові компанії

2 Теми для спілкування з мережею Ваших контактів і знайомств:

- Робить Ваше спілкування з мережею контактів значущим і актуальним
- Ви пропонуєте Вашим контактам внести свій вклад у Ваш маркетинговий план, сказати їх точку зору
- Дозволяє допрацьовувати список Ваших цільових компаній за допомогою Вашої мережі

Важливість маркетингового плану



Ваш цільовий ринок = Питання для роздумів

Зміст маркетингового плану

Професійна мета

Цільовий ринок

Позиціонування

Список цільових компаній

Професійна мета

Коротка фраза / речення, що описує роботу, яку Ви шукаєте

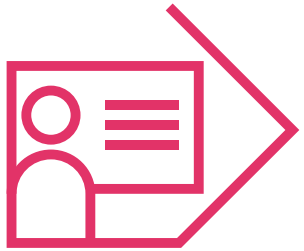
- ✓ Цінності
- ✓ Навички
- ✓ Інтереси
- ✓ Характерні риси

Загальний досвід

Ваша експертиза

Додана вартість

Формулювання позиціонування і список компетенцій



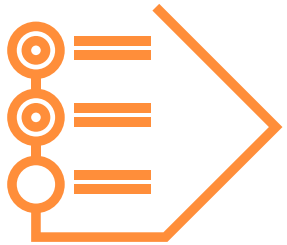
Формулювання позиціонування

ДІЙТЕ:

Перетворіть розмовну версію формулювання позиціонування (я ...) в письмову

ВИКОРИСТОВУЙТЕ:

Розділ «Про себе» з резюме, якщо необхідно



Список компетенцій

ВКЛЮЧІТЬ:

Групи навичок і особистих характеристик

ВИКОРИСТОВУЙТЕ:

Від 3 до 6 помітних заголовків, які звертають увагу на області Вашої компетентності

Формулювання позиціонування і список компетенцій

Івент-менеджер з 16-річним досвідом роботи в міжнародній косметичної групі. Крім того, менеджер зі зв'язків з громадськістю з 3-річним досвідом розробки рекламних кампаній. Динамічний і захоплений лідер, завжди уважний до деталей і пристрасно втілюю в життя філософію бренду.

Організація заходів	Коучинг / Тренінги	Зв'язки з громадськістю та комунікації	Управління проектами
Далекоглядність і структурованість	Навчав співробітників клієнтського сервісу	Складання річного плану комунікації	Координація внутрішніх і зовнішніх партнерів для оптимізації ROI
Уміння працювати під тиском	Керував командою тренерів організації	Взаємодія з цільовими ЗМІ	Переговори з партнерами заходів
Розставлення пріоритетів і увага до деталей	Керував міждисциплінарними командами	Прес-конференції та бізнес-заходи	Планування і контроль бюджету
Гнучкість і динамічність	Ставив структуровані і чіткі цілі	Написання статей та прес-релізів	
Фокус на потребах команди продажів		творення і «продаж» контенту журналістам для створення редакційних статей	
Популяризація бренду			

Цільовий ринок

Географічне положення:

Переважно столиця, але розглядаю різні варіанти

Розмір організації

Мінімум 500 співробітників

Галузь / Тип організації

Міжнародна компанія, переважно сучасні технології

Організаційна культура

Культура співпраці: Тімбілдинг, делегування прийняття рішень, відкрите спілкування

Цільовий ринок

Активні спільноти або установи в сфері економіки, спорту, культури, середніх або великих організацій з командами, що динамічно розвиваються в Києві (переважно), Батумі (друга перевага) або Баку (третя перевага)

Список цільових компаній

Складіть список цільових організацій:

- Почніть з початкового списку з 20 компаній
- Використовуйте критерії цільового ринку (географія, галузь, розмір, культура)

Створення списку цільових компаній

- Початковий список з 20 компаній
- Розставте компанії в порядку пріоритетності
- Визначте, хто в них приймає рішення про найм
- Які джерела інформації Ви будете використовувати?

Джерела для цільових організацій

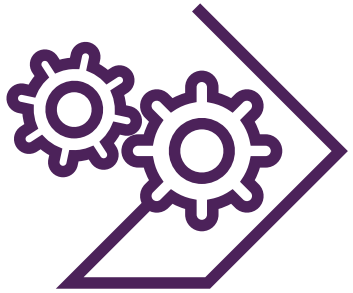
Складання значимого і великого списку цільових компаній має вирішальне значення. Можливі джерела:

- Сайти професійних асоціацій
- Ваша мережа контактів і знайомств
- Портали для розміщення вакансій
- Дослідження в LinkedIn®
- Онлайн каталоги підприємств
- Виставки та конференції
- Ярмарки вакансій

Оцінка вашого цільового ринку

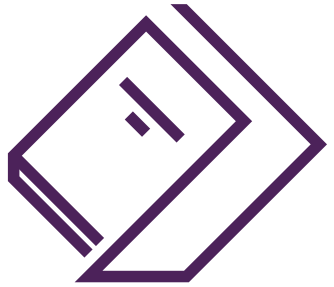
Критерії	Кількість організацій, що відповідають всім критеріям (Географія, галузь, розмір)	= 50
	Кількість відповідних робочих місць (не вакансій) в кожної цільової компанії	= 3
Об`єм	Загальна кількість робочих місць на цьому цільовому ринку (компанії * робочі місця)	= 150
	Кількість років, протягом яких співробітник зазвичай залишається на одній з цих посад	= 3
Вакансії	Кількість вакансій в рік	= 50
	Середньомісячна кількість вакансій	= 4.2

Як реалізувати маркетинговий план



Реалізуйте план A і план B одночасно

Щотижня встановлюйте і тримайтеся мети



Регулярно уточнюйте свій маркетинговий план і список цільових компаній

Використання Вашого маркетингового плану

Ваш маркетинговий план

S — **Summarize your message**
Підсумуйте Ваш меседж

M — **Marketing plan**
Представте маркетинговий план

A — **Ask questions**
Задавайте питання

R — **Referrals**
Розширюйте контакти

T — **Trade information**
Обмінюйтесь інформацією

Покажіть своїм контактам Вашу рішучість!

Використання Вашого маркетингового плану

Перегляньте два електронних листи нижче. Який підхід краще?

Варіант 1:

Вітаю, Євген!

Сподіваюсь, у вас все добре. Було чудово зустрітися з Вами на конференції. Я вдячний за те, що Ви запропонували передати копію мого резюме Вашому менеджерові. Будь ласка, дайте мені знати, якщо Ви дізнаєтеся про будь-які вакансії. Я дійсно ціную Вашу допомогу.

Всього найкращого,

Володимир

Варіант 2:

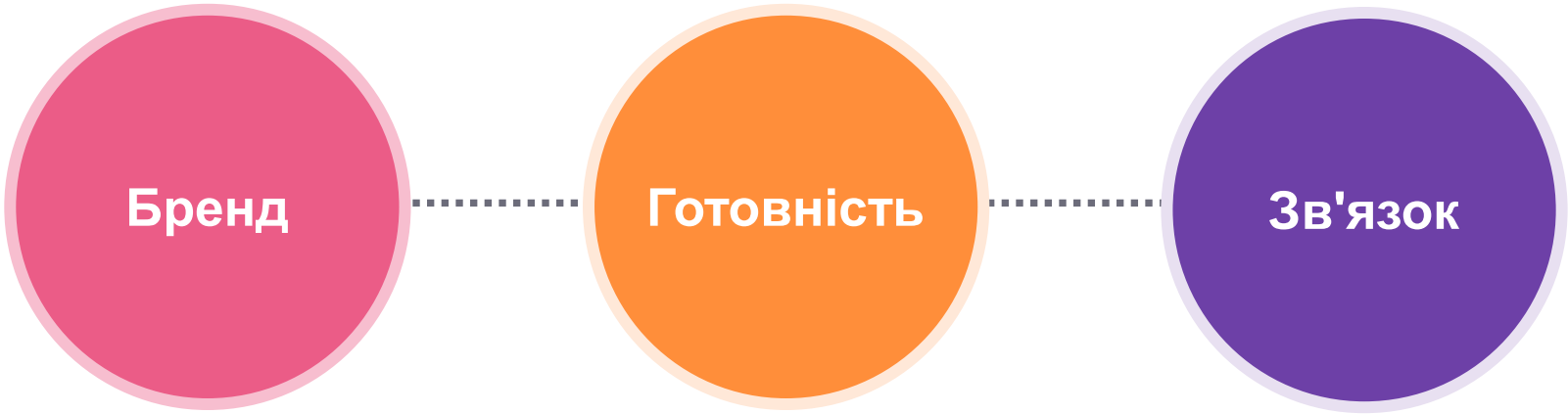
Вітаю, Євген!

Сподіваюсь, у вас все добре. Було чудово зустрітися з Вами на конференції. Я вдячний за те, що Ви запропонували передати копію мого резюме Вашому менеджерові. Крім того, я розробив маркетинговий план для пошуку роботи і буду вдячний за Ваші думки, поради та пропозиції. Будь ласка, дайте мені знати, коли у Вас буде 15 або 20 хвилин для телефонного дзвінка. ВЕЛИЧЕЗНЕ СПАСИБІ!

Буду радий знову поспілкуватися з Вами,

Володимир

Важливість нетворкінгу

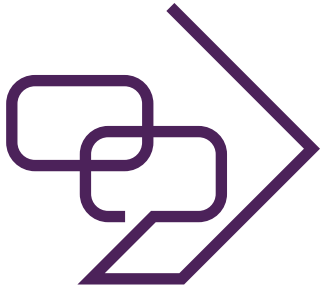


70% позицій були закриті через нетворкінг; тільки 8% були працевлаштовані через заявки на вакансії

97% рекрутерів і 93% компаній використовують LinkedIn®

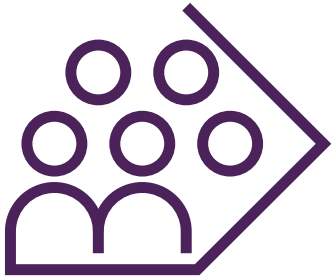
Що таке нетворкінг?

Нетворкінг – це



Бесіди

Зустрічі один на один



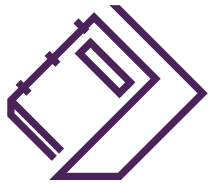
Групові заходи

> *обмін інформацією або послугами між окремими особами, групами чи установами; зокрема розвиток продуктивних відносин для роботи або бізнесу*
>
> - Мерріам Вебстер

Перешкоди ефективному нетворкінгу

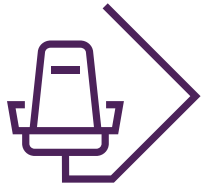
4 цілі нетворкінгу

Розповсюдьте своє повідомлення



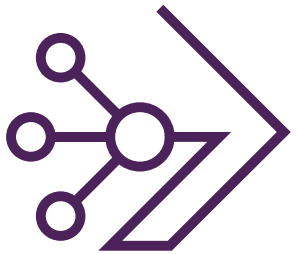
Зберіть інформацію

Знайомтесь з інсайдерами в цільових компаніях



Вступайте в контакт з особами, які приймають рішення

Підготовка до нетворкінгу

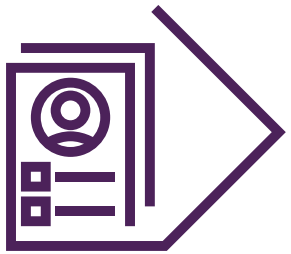


Повідомлення про бренд

- Хто Ви і що Ви робите

Цільовий ринок

- Сфера? Призначення? Розмір? Місцезнаходження?



Основний меседж

- Що Ви пропонуєте Вашому майбутньому роботодавцю?

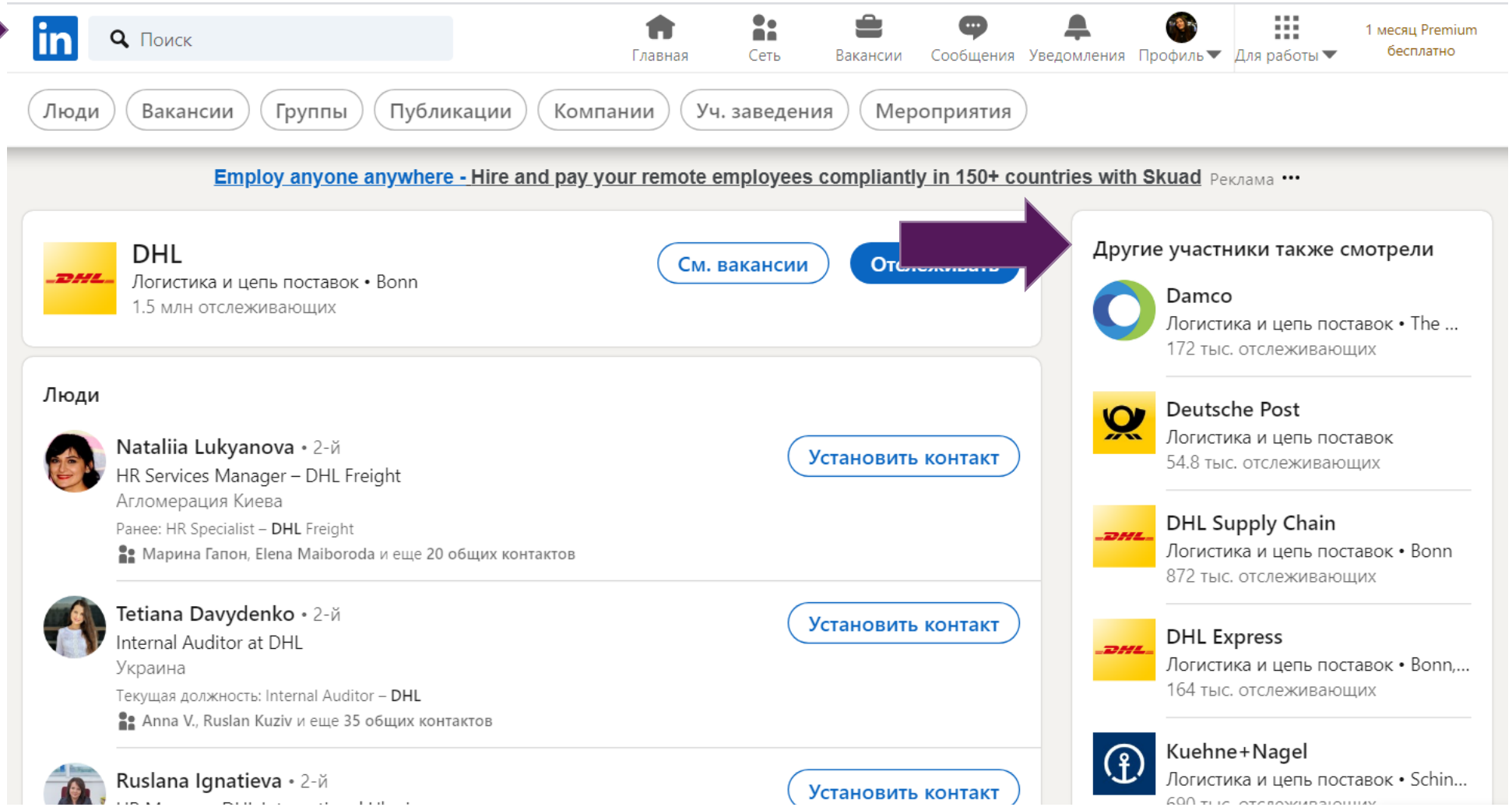
Маркетингові матеріали

- Маркетинговий план, SOAR історії
- Повідомлення про звільнення
- Візитні картки для нетворкінгу

Ефективно використовуйте Ваші контакти

- Створіть систему, щоб зручно зберігати і швидко знаходити потрібні контакти

Вдосконалюйте список 30-40 цільових компаній



Мережа контактів і знайомств

- Люди, з якими Ви поділяєте певні інтереси, цінності і заняття
- Всі, кого Ви знаєте, і з ким розмовляєте - учасники Вашої мережі контактів і знайомств

Ваші контакти

Залучайте Ваші контакти

Дійте, дійте, дійте!!!

- Кожен, кого Ви знаєте - це Ваша мережа контактів і знайомств
- Створіть, відпрацюйте і використовуйте своє повідомлення про особистий бренд, щоб повідомити, хто Ви і чим займаєтеся.
- Активно використовуйте LinkedIn для пошуків і спілкування
- Приєднуйтесь до груп в LinkedIn, щоб знайти інших колег у Вашій галузі
- Поставте мету проводити від 3 до 5 інформаційних бесід в тиждень з контактами в Ваших цільових компаніях.

Приклад прохання про нетворкінгову зустріч (лист)

Привіт, Євген!

Я побачив на LinkedIn, що Ви - випускник політеху, як і я.

Базуючись на наших спільних контактах і аналогічному досвіді в галузі, я хотів би попросити Вас приділити мені трохи часу цього тижня, щоб обговорити Ваш погляд на нашу галузь і ту роботу, яку Ви виконуєте. Я IT-аналітик, який спеціалізується на інженерному програмному забезпеченні в виробництві. Я бачу, що Ви працюєте в _____ компанії тут, в _____. Я розглядаю варіанти в моїй поточної області, щоб використовувати свої навички _____ і навички _____ у виробництві.

Якщо я не отримаю від Вас звістки, то зв'яжуся з Вами наступного тижня, щоб дізнатися, чи є зручні дата і час. Дякую за Ваш час і з нетерпінням чекаю на Вашу відповідь..

З найкращими побажаннями,

Володимир

Приклад прохання про нетворкінгову зустріч (дзвінок)

Привіт, Георгію. Це Софія

Привіт, Софіє! Радий Вас чути. Як Ви?

Я в порядку. Не знаю, чи чули Ви, але моя посада - а також інших працівників компанії ABC - скорочена. Я хотіла б зустрітися і поділитися деякими своїми ідеями щодо моєї наступної посади, а також дізнатися Вашу думку про мій маркетинговий план.

На жаль, Софіє, наша компанія тільки що призупинила найм на всі посади. Не думаю, що зможу Вам допомогти.

Насправді, Георгію, я не очікую отримати від Вас посаду. Хотіла б почути Ваші поради та пропозиції. Я обіцяю, що тривалість нашої зустрічі не перевищить 20 хвилин. Я надішлю Вам свій маркетинговий план електронною поштою заздалегідь, щоб Ви могли ознайомитися.

Це чудова ідея. Як щодо 8.00 в четвер, перед початком мого робочого дня?

Домовилися! Я візьму каву. Вам яку?

Використовуйте підхід SELL під час 20-хвилинної зустрічі

S Summarize your message
Подытожьте ваш месседж

E Explore their needs
Изучите их потребности

L Link your benefits to their needs
Свяжите свои преимущества с их потребностями

L Leverage a next contact
Обсудите следующий контакт

SELL – використовуйте для зустрічей з ключовими особами, які приймають рішення

Після зустрічі

Оцініть

- Ви виступали в якості джерела інформації?
- Чи сприяли Ваші питання отриманню необхідної інформації?
- Подумайте, як можна поліпшити Ваш нетворкінг

Подякуйте

- Надішліть листа з подякою
- Уточніть, чи може Ваш співрозмовник посприяти в плануванні іншої потенційної зустрічі

Продовжуйте

- Використовуйте соціальні мережі, щоб залишатися на зв'язку
- Варіюйте методи зв'язку
- Повідомте Вашу мережу контактів і знайомств, коли Ви влаштуєтесь

Пропозиції для ефективного листування

- Плануйте нетворкінгові зустрічі

  Зазвичай за допомогою електронної пошти

- Оновлюйте свої контакти за допомогою реферала
- Підтримуйте спілкування, щоб залишатися на зв'язку

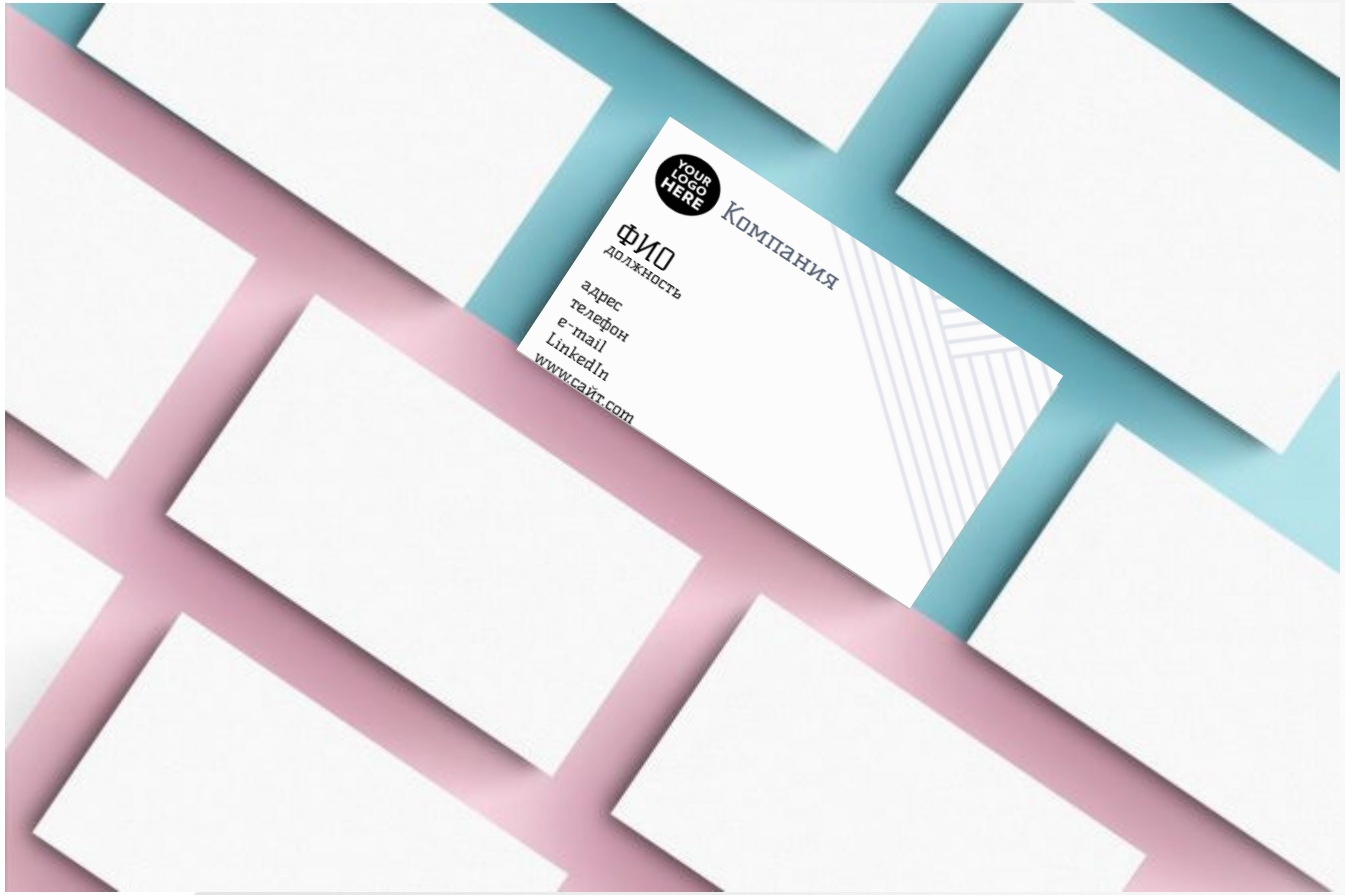
  Надсилайте посилання або цікаві статті

- Надсилайте лист з подякою після кожної зустрічі
- Створюйте нагадування в календарі для повторного зв'язку

Продовжуйте розвивати свою мережу

- Розробіть свою мережеву стратегію: «Я дуже вдячний за Вашу пораду ...»
- Зробіть кілька дзвінків і дізнайтеся, що Вам потрібно.
- Уявіть собі відносини, які Ви збираєтесь будувати.
- Будьте відомі, як активна в мережі людина - нетворкінг важливий для Вашої кар'єри.

Створіть візитні картки



Наступні кроки

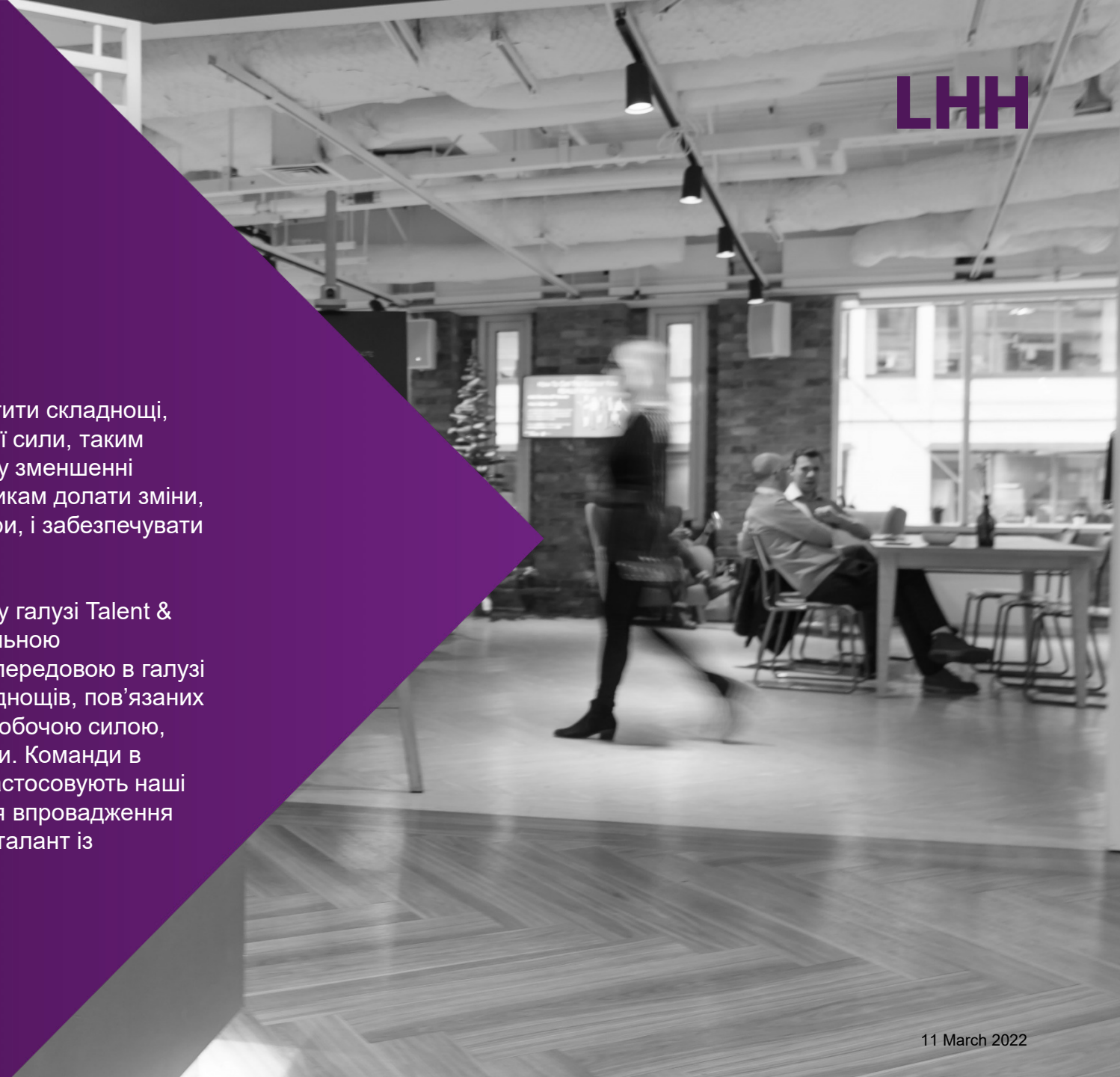
- Поставте мету проводити 3-5 віртуальних / телефонних розмов на тиждень
- Активно використовуйте LinkedIn для нетворкінгу
- Створіть список 30-40 цільових компаній, де зможете використовувати Ваші навички
- Відстежуйте контакти і наступні зустрічі за допомогою електронної таблиці / записної книжки
- Розробіть свою візитівку
- Добровільно пропонуйте свої послуги
- Зв'яжіться зі своїм наступним контактом сьогодні ж!

Подяка

Дякуємо Вам

- Дякую Вам за активну участь!
- Бажаю Вам успіху у Ваших пошуках!

Про нас

Lee Hecht Harrison допомагає компаніям спростити складнощі, пов’язані із трансформацією лідерства і робочої сили, таким чином прискорюючи результат при одночасному зменшенні ризику. Ми це робимо, допомагаючи співробітникам долати зміни, стати кращими лідерами, будувати кращі кар’єри, і забезпечувати плавний перехід до нової роботи.

Як світовий лідер серед інтегрованих компаній у галузі Talent & Development and Transition, ми володіємо локальною експертизою, глобальною інфраструктурою та передовою в галузі технологією, що необхідні для спрощення складнощів, пов’язаних із втіленням критичних ініціатив з талантами і робочою силою, зменшуючи операційний та репутаційний ризики. Команди в більш ніж 60 країнах по всьому світу успішно застосовують наші перевірені програми і глобальну експертизу для впровадження оптимізованих рішень для клієнтів, суміщаючи талант із задоволенням потреб їх бізнесу.