SMART Закупка

12 ноября 2022

3 шага, чтобы повысить уровень вашего маркетингового таланта

Выяснение правильного сочетания талантов, возможно, никогда не было для директоров по маркетингу более сложным, чем сейчас. 61% руководителей отдела маркетинга говорят, что их команда выросла за последние двенадцать месяцев, несмотря на проблемы как с привлечением, так и с удержанием талантов. 1 Что движет расширением отделов маркетинга? 58% директоров по маркетингу заявили, что у них нет возможностей для достижения своих стратегических целей в рамках своих маркетинговых организаций. 2

Вы можете подумать, что директора по маркетингу будут обращаться к своим агентствам и поставщикам услуг, чтобы восполнить пробелы, но их распределение бюджета между штатными сотрудниками и внешними партнерами практически не изменилось с 2021 по 2022 год . агентства и поставщики услуг, при этом многие директора по маркетингу привносят собственные возможности. 1 На лидеров маркетинга оказывается давление, чтобы они либо нанимали новых талантов, либо повышали квалификацию своих существующих команд, но ни одно из этих решений не предлагает немедленного решения.

Составляя планы на 2023 год, рассмотрите свою текущую картину талантов. Определите, где вы можете повысить квалификацию существующих талантов по сравнению с наймом новых ресурсов, выполнив следующие действия.

Шаг 1: Инвентаризация текущих навыков
Начните с работы с менеджерами по персоналу в вашей команде, чтобы провести самооценку сотрудников. Сосредоточьтесь на выявлении любых пробелов, несоответствий или проблем с пропускной способностью. Чтобы получить четкое представление о доступных навыках, обязательно укажите любые навыки, выходящие за рамки официальных должностных инструкций или должностей. 3

Для каждого сотрудника зафиксируйте следующее:

Стремления . Спросите сотрудников об их надеждах на текущую работу, а также о долгосрочных карьерных целях. Сосредоточьтесь на приобретении навыков, связанных с этими амбициями.
Продемонстрированные способности . Поймите, где сотрудники доказали свои навыки, даже если это выходит за рамки их текущей должности.
Навыки, о которых сообщают сами. Соберите информацию о том, что сотрудник считает своим текущим набором навыков, даже если он не был продемонстрирован.
Пересечение этих трех областей обеспечит понимание новых навыков и основу для развития талантов. Например, если у маркетолога-универсала есть карьерные амбиции по работе в сфере маркетинга в социальных сетях, продемонстрированные способности координировать деятельность по связям с общественностью и самоотчетные (но недоказанные) навыки в копирайтинге, подумайте о том, чтобы предоставить им возможности развития в области

маркетинга в социальных сетях, если у вас есть пробел в талантах или способностях.

Шаг 2: Установите базовые навыки
Чтобы создать маркетинговую команду, ориентированную на будущее, рассмотрите возможность определения базовых навыков, общих для всех членов команды. Базовые навыки определяют, как люди выполняют свою работу, и являются общими для всех должностей и ролей. Наем с предпочтением этих навыков и развитие их у нынешних сотрудников может гарантировать, что ваша команда сможет быстро адаптироваться к изменениям. Они обеспечивают основу для изучения любых навыков, специфичных для конкретной должности. 4

Шаг 3. Спланируйте повышение квалификации с помощью схемы 70-20-10
Чтобы ускорить развитие сотрудников, убедитесь, что у вас есть необходимые строительные леса. Внедрение нескольких ключевых программ и процессов может иметь решающее значение. 4

Признайте, что большая часть обучения проходит на практике, поэтому работайте с менеджерами по персоналу, чтобы создавать возможности для дополнительных заданий, ротации должностей и участия в командах слияния.
Создайте программу наставничества, чтобы быстро адаптировать новых сотрудников или развивать существующих сотрудников. Примените аналогичный подход к лидерству, чтобы предоставить людям возможности для роста и необходимые навыки.
Дополните эмпирические программы и программы, основанные на отношениях, формальным обучением для конкретных ролей или новых навыков.
Имейте в виду, что каждый, на любом уровне, может развить новые навыки. Вместо того, чтобы рассматривать развитие навыков как статический процесс, ведущий к единой модели компетенций, рассматривайте его как возможность поддерживать непрерывное обучение.

Ссылка на статью: 3 шага, чтобы повысить уровень вашего маркетингового таланта