

○マーケターの仕事

マーケティングの仕事では、ほとんどのポジションにおいて高い専門性が求められます。社内の各担当者との議論を重ねながら、業界内外のネットワークを駆使し、クライアント企業の要望を満たすため企画を立案し提案します。採用されれば、それを実現しなければなりません。当然ながら、クライアント毎に自社の体制や理念が異なります。それに合わせて提案や実施、そして期待される効果を上げ続けていかなければならないのです。

マーケターに必要な知識とは

基本的には、様々なことに興味や関心があり、積極的に取り組めるタイプが多くなります。その他、相手の考えや気持ちを理解できる。何とかしてあげたい、助けてあげたいと慈愛の精神。消費者側の立場にたって考えられる。聞きたがり、知りたがり、しゃべりたがり等々のイノベータ的な人間であればクライアントや周りの人への説得力が増します。又幅広い知識が必要な為、社外の専門家たちとのネットワーク作りを心掛けた社交性も必要となります。

また、ブランドマネージャー（係長、課長職）や、会社全体のマーケティングを統括する部長になると、個々の細かいスキルよりも全体を見て、組織が適切に動くようにコントロールする管理能力が求められます。

マーケターに必要な知識（例）

経営の知識

事業分野に関連する知識（部門、ブランド、商品等）

マーケティングに関する知識

心理学に関する知識（知覚心理学、学習心理学、認知心理学、行動心理学、社会心理学等）

その他学問（経済学、経営学、社会学、哲学、大脳生理学、数学、言語・記号論等）

その他（情報システム、シミュレーション、DB）

経営、経済、哲学や心理、統計にも関心を

参考までにマーケティングに必要な知識も見ておきましょう。

現在のマーケティングの体系は、経済学、経営学、哲学、心理学等、あらゆる分野の知識の中から、関連するものを集め構成されています。

マーケティング自体が、経営に極めて近いところにあるためであり、またコミュニケーション分野の知識が大切になってきます。

中でも重要なのが心理学です。

商品やサービスを選んだり、買ったりするのは人が、「なぜ買うのか」また「なぜ買わないのか」がマーケティングの一つの大きな命題です。それを解明するのに役立つのが心理学なのです。

もちろん専門性が高いポジションの場合は、より深い知識が必要になる分野と、浅い知識で十分な分野があります。