

Ищем маркетолога / руководителя маркетингового направления

Привет!

На связи Алиса Конюховская, эксперт в области робототехники, CEO и основатель РобоДжобс. Мы организуем бизнес-миссии, исследуем российский и мировой рынок робототехники, помогаем компаниям находить и поставлять технологии в сфере робототехники. Про наши проекты можно почитать на сайте <https://robo-jobs.ru>

Компания быстро растёт, запускает новые продукты и усиливает маркетинговую систему. Сейчас нам нужен маркетолог, который сможет не просто вести соцсети, а **собирать маркетинг в управляемую функцию**: от стратегии и упаковки продуктов до рекламы, контента, аналитики и лидогенерации.

Кого ищем

Мы ищем сильного маркетолога, который умеет работать в растущем бизнесе, где много направлений, гипотез и задач. Основной фокус — стабильный поток входящих B2B-лидов.

Нам нужен человек, который сможет:

- разобраться в сложных B2B-продуктах;
- упаковать продукты понятным языком для целевой аудитории;
- выстроить системное продвижение бизнес-миссий, исследований и технологических услуг;
- организовать регулярный контент;
- управлять рекламными каналами и подрядчиками;
- анализировать эффективность маркетинга;
- работать в связке с собственником, продажами, операционным блоком и подрядчиками.

Это роль не для человека, который ждёт готового ТЗ. Нам нужен специалист, который умеет сам видеть задачи, предлагать решения, систематизировать работу и доводить идеи до результата.

Основные задачи

1. Маркетинговая стратегия

- Разработать и вести маркетинговый план по ключевым продуктам компании: бизнес-миссии, кастомные поездки, скаутинг технологий, поставки оборудования
- Определять приоритеты продвижения на месяц / квартал

- Формировать маркетинговый календарь под бизнес-миссии, выставки, поездки, запуски и новые продукты
- Переводить идеи собственника в понятные маркетинговые задачи для команды и подрядчиков
- Предлагать гипотезы по продвижению и проверять их на практике
- Подготовить и реализовать ребрендинг компании (планируется смена названия проекта с RoboJobs на RoboBusiness)

2. Упаковка продуктов

- Упаковывать бизнес-миссии как понятный и ценный продукт для предпринимателей, компаний и руководителей
- Формировать офферы, смыслы, аргументы, выгоды и позиционирование по каждому направлению
- Готовить материалы для лендингов, презентаций, КП, рекламных постов и рассылок
- Совместно с отделом продаж анализировать, какие продукты, сегменты и офферы лучше конвертируются в заявки и оплаты
- Разрабатывать материалы для продаж: тезисы, аргументы, ответы на возражения, кейсы, отзывы

3. Контент и соцсети

- Разработать контент-стратегию для каналов компании и личного бренда основателя
- Формировать контент-план на неделю / месяц
- Организовать регулярную публикацию контента во ВКонтакте, Telegram, Дзен / V.ru, YouTube и других площадках
- Готовить тексты для публикаций в соцсетях
- Ставить задачи дизайнерам, монтажёрам
- Контролировать качество, регулярность и соответствие контента задачам бизнеса
- Адаптировать один материал под разные площадки и форматы

4. Личный бренд основателя

- Работать с экспертностью собственника: собирать идеи, превращать их в посты, видео, тезисы, выступления, материалы для продвижения
- Готовить вопросы, структуры и заготовки для экспертного контента
- Создать и поддерживать базу смыслов: позиционирование, регалии, ключевые тезисы, факты, типовые формулировки
- Снимать с собственника ручную подготовку маркетинговых материалов там, где это можно систематизировать

5. Реклама и лидогенерация

- Планировать рекламные кампании под бизнес-миссии и другие продукты
- Подбирать каналы продвижения: Telegram, Яндекс.Директ, ВК, партнёрские размещения, PR, рассылки, отраслевые площадки
- Формировать медиапланы по рекламным размещениям
- Организовывать поиск Telegram-каналов, оценку площадок, согласование размещений
- Ставить задачи performance-специалистам / подрядчикам по Яндекс.Директ и таргетированной рекламе
- Контролировать UTM-метки, переходы, заявки, стоимость лида и качество лидов
- Анализировать эффективность рекламного бюджета

6. Видео и медиа

- Готовить и выпускать видео, которые решают сразу несколько задач: растят охват, укрепляют доверие, приводят клиентов и усиливают экспертность бренда
- Организовать работу по сортировке видео в видеоархиве после бизнес-миссий, выставок и поездок
- Формировать план видеоконтента: короткие ролики, большие YouTube-видео
- Осуществлять мониторинг в таблице видеоархива, какой материал вышел, а какой требуется брать в работу и в каком формате (короткий или длинный)
- Ставить задачи монтажёрам: тема, цель, формат, площадка, ключевой смысл, требования к стилю
- Подготовка сценария и структуры видео-роликов
- Контролировать подготовку озвучки для роликов
- Осуществлять проверку и согласование видео-материалов от монтажеров
- Контролировать единый визуальный стиль роликов, обложек, субтитров и графики

7. Аналитика

- Вести таблицу мониторинга по публикациям в разных соцсетях и охватам
- Делать аналитику по каналам продвижения: бюджет, охваты, переходы, лиды, оплаты
- Совместно с продажами отслеживать путь: канал → лид → квалификация → счёт → оплата
- Анализировать, какие каналы дают качественные лиды, а какие не окупаются
- Предлагать решения на основе данных, а не ощущений

8. Подрядчики и процессы

- Планировать и распределять маркетинговый бюджет, защищать его перед собственником, отчитываться по эффективности вложений рекламных компаний (оценка охватов, конверсии и лидов)
- Искать подрядчиков для маркетинговых задач
- Управлять подрядчиками: дизайнеры, монтажёры, performance-специалисты, копирайтеры, SMM, разработчики сайта
- Ставить понятные ТЗ, контролировать сроки, качество и результат
- Описывать и поддерживать процессы маркетинга: контент, реклама, видео, лендинги, отзывы, кейсы, аналитика
- Создавать базу маркетинговых материалов: шаблоны, креативы, тексты, кейсы, отзывы, ссылки, инструкции
- Работать в связке с операционным блоком по документам, оплатам, актам и маркировке рекламы

Что важно в кандидате

- Опыт в маркетинге от 3 лет
- Умение работать не только с SMM, но и со всей маркетинговой системой: продуктовая упаковка, каналы, реклама, контент, аналитика, подрядчики
- Умение быстро разбираться в сложных темах и переводить экспертный продукт на понятный язык клиента
- Навык написания ТЗ для дизайнеров, копирайтеров, монтажёров, рекламных специалистов
- Понимание рекламных каналов: Telegram, Яндекс.Директ, ВК, партнёрские размещения, PR
- Понимание UTM-меток, базовой веб-аналитики, рекламных отчётов, закона «О рекламе»
- Умение работать с таблицами, контент-планами, медиапланами и отчётностью
- Системность, самостоятельность, инициативность
- Готовность работать в динамичной компании, где часть процессов ещё нужно выстроить

Будет преимуществом

- Опыт продвижения сложных B2B-продуктов, туров, форумов, образовательных программ, бизнес-мероприятий, консалтинга, IT, промышленности, технологий или близких направлений будет преимуществом
- Опыт работы с личным брендом эксперта / основателя
- Опыт управления подрядчиками
- Опыт упаковки продуктов с высоким чеком
- Опыт работы с YouTube, Telegram-каналами и экспертным контентом

- Понимание тематики Китая, робототехники, AI, промышленности, технологий, стартапов или международного бизнеса

Что предстоит сделать в первые 1–2 месяца

- Разобраться в продуктах компании и текущих направлениях
- Провести аудит текущих маркетинговых каналов
- Собрать карту текущих маркетинговых задач и подрядчиков
- Сформировать маркетинговый план на ближайшие бизнес-миссии
- Настроить регулярный выход видео-материалов и работу с монтажерами
- Пересобрать логику регулярного контента
- Вести таблицу рекламных каналов и аналитику размещений
- Описать процесс запуска рекламных размещений
- Системно вести контент-план, медиаплан, отчёты, ТЗ, база материалов
- Разгрузить собственника, продажи и операционный блок от маркетинговых задач

Ожидаемые результаты работы

- У компании есть понятный маркетинговый план
- Бизнес-миссии и другие продукты системно продвигаются
- Соцсети и медиа публикуются регулярно
- Рекламные размещения планируются, контролируются и анализируются
- По каждому каналу понятно: сколько потратили, сколько получили лидов, какие лиды дошли до оплаты
- Продажи получают качественные лиды и готовые материалы для работы с клиентами
- Собственник меньше вовлечён в ручное управление маркетингом
- Сотрудник полностью лидирует и отвечает за весь маркетинг в компании, реализует поставленные KPI по количеству и качеству лидов

Условия

- Удалёнка — работай, где хочешь. Нам не важно, где вы живете, но рассчитываем, что вы будете на связи минимум 4-5 часов с 9 до 18 по мск (UTC/GMT+3). При этом вам не обязательно подстраивать весь свой график под этот часовой пояс — главное, чтобы в указанном промежутке вы были доступны для оперативного взаимодействия
- Занятость: полная
- Оплата: обсуждается по итогам собеседования и зависит от опыта кандидата
- Возможен рост до руководителя маркетингового направления



Кому не подойдёт эта вакансия

Эта роль не подойдёт, если вы хотите только вести соцсети по готовому контент-плану, работать строго по ТЗ или заниматься только дизайном / постингом / рекламным кабинетом.

Нам нужен человек, который умеет видеть маркетинг как систему: продукт, аудитория, оффер, канал, контент, реклама, лид, продажа, аналитика, выводы и следующий шаг.

Хотите откликнуться?

Переходите по ссылке для [заполнения анкеты](#) и выполнения тестового задания.

Отправляйте вакансию друзьям, если есть кто на примете!