

КУРСИ УАМ

КВАЛІФІКАЦІЯ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ.

ВИПУСК : ВЕСНА 2012

Ще пару років тому маркетологи на автомобільному ринку більше нагадували саперів або аматорів підводного плавання. Навчання на власних помилках, прийом на роботу тільки за особистими якостями та за критерієм «сподобався — не сподобався» — ось методи і стилі, які об'єктивно присутні у більшості компаній. Зрештою прийшло розуміння, що навчання окремо взятого фахівця — занадто коштовне задоволення для будь-якої компанії. Українська Асоціація Маркетингу запропонувала спеціалізовані курси. Головне досягнення курсів — це об'єднання досвіду та систематизація знань основних експертів даного ринку.

І ось, 2 червня 2012 сім фахівців-маркетологів автомобільного бізнесу захистили свої кваліфікаційні роботи перед авторитетною Кваліфікаційною комісією. На захист кожен фахівець представив власну кваліфікаційну роботу. Темати стали стратегія просування автомобілів на ринку України в 2012 році. Були

запропоновані конкретні програми для моделей KIA Rio, Skoda Octavia, Peugeot 508, Mitsubishi Lance, Citroen C4, Renault Logan, Hyundai Accent. Претенденти на отримання сертифікату дискутували із керівниками компаній, які просувають саме ці машини.

Комісію очолювали:

Георгій Овсянников — директор департаменту маркетингу і промислово-економічного аналізу Асоціації автовиробників України «Укравтопром», а також:

Ірина Лилик — генеральний директор Української асоціації маркетингу, Національний представник ESOMAR в Україні.

Членами Кваліфікаційної Комісії були:

Ніколя Шмід — директор з маркетингу компанії «Citroen Ukraine»,

Марина Лепіска — заступник Генерального Директора з продажу ТОВ «Фалькон - Авто», **Геннадій Четверухін** — комерційний

директор ТОВ «Hyundai Motor Ukraine»,

Андрій Абрамович — начальник департаменту маркетингу, стратегічного планування та дистрибуції автомобілів АТ «Укравто»,

Катерина Рудь — начальник відділу стратегічного маркетингу і аналітики АТ «Укравто»,

Олександр Кислюк — начальник відділу маркетингу ГК «АІС»,

Григорій Ханенко — начальник відділу дослідження ринків і нових проектів Корпорації «Богдан».

Автор програми і член комісії Михайло Сокол — директор зі стратегічного маркетингу та розвитку бізнесу Корпорації «Богдан».

Вітаємо Олену Кукурудзу, Дмитра Хлицова і Віталія Стащишина з отриманням Кваліфікаційного сертифікату та підтвердженням кваліфікації «Директор з маркетингу і продажу автомобілів»; Дениса Низового та Олександра Кальченко з отриманням Кваліфікаційного сертифікату та підтвердженням кваліфікації «Начальник відділу маркетингу та продажу автомобілів», Максима Грунського та Олександра Осіюка з отриманням Кваліфікаційного сертифікату та підтвердженням кваліфікації «Менеджер з маркетингу та продажу автомобілів».

Говорять члени Кваліфікаційної комісії:

Марина ЛЕПІСКА: «Мені сподобалося, що роботи структуровані, логічні. У кожного робота оригінальна. Нам цікаво послухати думку фахівців, до того ж вони представляють різні регіони України».

Говорять учасники проекту:

Олександр Кальченко, м. Харків.

На моє переконання, сьогодні шанси на досягнення успіху у фаховій сфері значно вище у того, кому вдається вдало поєднувати роботу із здобуттям нових знань. Саме розуміння такої прописної істини і привело мене — фахівця у галузі автомобільного маркетингу, що має у своєму активі практичний досвід роботи з п'ятьма автобрендами, — на Вищі курси підвищення фахової майстерності керівників служб маркетингу і реклами автомобільних компаній.

Я та мої колеги навчалися за спеціальною авторською програмою, розробленою паном Соколом Михайлом Петровичем. Без перебільшення, цей курс можна назвати унікальним. По-перше, ми мали можливість освоїти практичний інструментарій, який був покликаний підвищити нашу ефективність як фахівців автобізнесу. По-друге, кожен із нас (а у нашому маленькому та дружньому колективі були як мар-

кетологи-практики, які вже давно працюють на авторинку, так і молоді спеціалісти, які тільки мріяли знайти свою першу роботу в автомобільній компанії) виніс щось цікаве і корисне саме для себе. По-третє, слухачі курсів мали нагоду познайомитися та поспілкуватися з ТОП-менеджерами відомих на всю Україну компаній, а також зі спеціалістами з реклами та маркетингових досліджень.

Три місяці інтенсивного навчання пролетіли, немов один тиждень. Чесно кажучи, вчитися було нелегко, проте, повірте, неймовірно цікаво. Набуті на заняттях знання я і мої колеги зразу ж закріплювали на практиці у процесі підготовки домашніх завдань.

Наостанок хочу подякувати нашим наставникам — Михайлу Петровичу Соколу та Ірині Вікторівні Лилик — за ту особливу, по-домашньому теплу, атмосферу, що панувала на заняттях.

Денис Низовий, Полтава.

Курси маркетингу для керівників автобізнесу ... Було страшно ... Особливо перед першим заняттям і першим захистом домашнього завдання. А потім розумієш — твої помилки — це твій досвід, і ще — маркетинг ніколи не буває неправильний — «нехай розсудить ринок». Після першого заняття страшно вже не було — було цікаво, причому постійно: під час занять, тимбілдин-

гу, навіть під час перерв, чаювання, *small talks*, а також під час зустрічей з керівниками автобізнесу та рекламних агенцій і компаній.

Безсонні ночі в автобусі заради дня занять — це того варте.

Не існує безвихідних ситуацій, зайвих людей, випадкових зустрічей і втраченого часу. Ці місяці стали для когось просто новою сходинкою у кар'єрній драбині, для когось — справді підвищенням мотивації і кваліфікації. Для мене — всім разом.

Ніколи не вірив, що кар'єру можна поєднувати з хобі. Виявляється, можна. Головне — правильний підхід. Ми знайшли цей підхід разом.

Дякуємо за час, передані знання, зусилля і той непередаваний словами “*personal touch*” (як, власне, і порівняно новий напрям у автомаркетингу), який не просто допоміг — прямо таки витягнув мене на рішучі дії.

Сподіваюся, що за деякий час сам зможу відвідувати в якості гостя подібні тренінги і розповідати корисні речі стосовно маркетингу та автомобільного світу.

Олена Кукуруза, Одеса

Слова відомого вченого, людини, яка все у своєму житті добивалася сама, пройшла шлях від недоучки до знаменитості — Бенджаміна Франкліна: “Хто купує зайве, в кінці кінців продає необхідне!” На мій погляд, зайвим може бути що завгодно, але тільки не знання і не новий досвід. Перебування безпосередньо у самому серці Автомобільного бізнесу подарувало мені масу корисних практичних інструментів і методик, показали новий напрям у мисленні, не кажучи вже про вражаючу, доброзичливу атмосферу та чудовий викладацький склад. Вважаю цей курс дуже корисним, як для практикуючих маркетингологів, так і для спеціалістів-початківців, оскільки він одночасно і систематизує теоретичні знання, і дає практичні навички у сфері аналітики та просування.

Окрема подяка Вам, Михайло Петрович та Ірина Вікторівна, за Ваш ентузіазм, за Ваш незвичайний і дуже захоплюючий формат подачі інформації, та за безцінний практичний досвід, який Ви нам передали!

Успіхів і процвітання Вам і Вашій команді!

