

1 마케팅 기획

◆ 직무내용

마케팅기획은 회사의 기본적인 사업방향에 따라 마케팅전략을 수립하고 추진하는 업무를 수행합니다.

- 총괄 마케팅전략 수립 및 추진
- 브랜드포트폴리오 전략 수립 및 운영
- 통합 마케팅 커뮤니케이션 기획 및 추진
- 마케팅목표(정량/정성) 설정 및 성과 관리
- 마케팅자원 전략 수립 및 운영

◆ 하루일과

전일의 실적 자료를 확인하는 것으로 하루일과를 시작합니다. 해당 시기의 마케팅 이슈에 따라 필요한 전략을 기획하여 추진하고, 관련된 브랜드/영업 분야와의 업무를 조율합니다. R&D, 생산, 홍보 분야와 협업하는 경우도 많습니다. 브랜드포트폴리오와 같은 중요한 마케팅 의사결정을 위해서는 시장조사를 직접 기획하여 진행하기도 하며, 조사결과의 종합적 분석 및 관련부서와의 협의를 통해 전략대안을 수립하고 공유합니다. 수립된 전략은 수시로 진행사항을 점검하여 해당 부서에 피드백하고, 성과를 관리합니다.

통합 마케팅 커뮤니케이션을 위해 주요 메시지 및 매체운영 계획을 기획하며, 일관된 방향에 따라 메시지가 전달될 수 있도록 주기적으로 조정업무를 수행합니다. 필요한 경우에는 직접 콘텐츠를 제작하여 활용하기도 합니다.

◆ 필요역량

마케팅 기획 직무를 수행하는데 아래와 같은 역량이 요구됩니다.

- 첫째, 시장 및 경쟁 환경 분석 능력
- 둘째, 기업/마케팅 전략 전반에 대한 지식 및 활용 능력
- 셋째, 브랜드포트폴리오 및 마케팅커뮤니케이션에 대한 심층이해 및 기획 능력
- 넷째, 소비자조사 및 주요 재무지표에 대한 기본적인 이해와 분석 능력
- 다섯째, 사업관련 법률 전문지식 활용 능력
- 여섯째, Value Chain 전반에 대한 이해 및 부서간 업무조정 능력

2 마케팅 조사

◆ 직무내용

마케팅조사는 시장 및 소비자에 대한 체계적인 조사/분석을 통하여 마케팅 의사결정에 필요한 정보와 인사이트를 제공하는 역할을 수행합니다.

- 시장/소비자분석 및 브랜드진단을 통한 인사이트 제공
- 아이디어, 컨셉, 신제품 개발조사
- 마케팅 활동의 성과분석 및 피드백
- 담배사업과 관련된 통합적 정보수집 및 공유

◆ 하루일과

회사 내·외부 이슈를 확인하고 공유하는 일로 하루일과를 시작합니다. 주요 이슈와 관련하여 새로운 자료와 조사가 필요한지, 혹은 기존 자료들을 통해 정보를 가공하고 생산할 수 있는지를 판단하여 프로젝트를 기획하고 진행합니다. 브랜드관리, 마케팅기획 등의 유관부서에서 특정이슈에 대한 조사지원 요청이 있는 경우에는 새로운 조사를 설계하여 프로젝트에 착수하기도 하며, 이를위해 해당부서와 긴밀한 협의를 진행합니다.

진행중인 조사에 대해서는 진행상황을 수시로 모니터링하며, 완료된 조사는 의미 있는 인사이트 발굴을 위해 조사 결과뿐만 아니라 다양한 자료를 통합적으로 분석하여 보고서를 작성합니다. 필요에 따라서는 조사결과에 대한 프리젠테이션 및 토론을 진행하기도 합니다.

◆ 필요역량

마케팅조사 직무를 수행하는데 아래와 같은 역량이 요구됩니다.

- 첫째, 마케팅/브랜드 전반에 대한 기본적인 지식 및 이해
- 둘째, 프로젝트 운영 능력(기획~보고서)
- 셋째, 사업관련 이슈와 외부환경에 대한 정보수집 및 분석능력
- 넷째, 계량데이터 가공 및 해석능력, 통계분석기법 및 조사방법론 지식
- 다섯째, 사업관련 법률에 대한 기본적인 지식

3 브랜드 관리

◆ 직무내용

자신이 맡은 브랜드의 총체적인 책임자로서 브랜드포트폴리오 전략에 입각하여 브랜드관리 전략을 기획/추진하고, 제품의 개발 및 커뮤니케이션 활동 등을 통해 브랜드 로열티 창출과 성장을 관리하는 업무를 수행합니다.

- 시장 및 경쟁 환경, 고객 니즈 분석
- 브랜드 아이덴티티, 컨셉, 네이밍 정의 등의 브랜드개발 업무 수행
- 브랜드 관리 및 커뮤니케이션 전략 수립/추진
- R&D/생산/품질/유통/영업 등 관련부서와의 커뮤니케이션 및 업무조정

◆ 하루일과

하루일과는 프로젝트 베이스에 기반하여 구성됩니다. 프로젝트는 일반적으로 약 6개월에서 2년 가까운 시간이 소요되는 장기 프로젝트가 많습니다. 브랜드의 전반적인 관리방향 설정, 제품 출시 및 리뉴얼 전략의 수립, 유관부서와의 협업을 통한 제품개발 진행, 브랜드 커뮤니케이션 전략의 수립 및 추진, 출시 및 리뉴얼 이후의 시장현황 조사 등 포괄적이고 다양한 업무를 수행하게 됩니다. 정기적으로는 브랜드활동 성과분석, 유관부서와의 스케줄 관리 및 커뮤니케이션의 진행, 고객니즈 탐색 및 신규 아이디어 발굴 등을 진행합니다.

◆ 필요역량

브랜드관리 직무를 수행하는데 아래와 같은 역량이 요구됩니다.

- 첫째, 브랜드 개발 및 운영 관련 지식
- 둘째, 브랜드관리 전략 수립 및 커뮤니케이션 기획 능력
- 셋째, 시장 트렌드 및 경쟁 환경, 고객니즈 분석 능력
- 넷째, 통찰력 및 창조적 사고 능력
- 다섯째, 사업관련 법률 전문지식 활용 능력
- 여섯째, Value Chain 전반에 대한 이해 및 업무조정 능력

4 영업 기획

◆ 직무내용

영업기획/관리 직무는 KT&G 국내영업을 총괄하는 직무입니다. 영업 전략 수립, 현장 모니터링 및 피드백, 영업활동지원과 더불어 현장 컨설팅을 수행하여 효과적이고 수익성 있는 영업활동이 원활하게 이루어지게 하는 역할을 하고 있습니다.

- 단기·중기 영업전략 수립
- 영업현장 컨설팅 및 각종 제도 개선
- 판매실적 분석 및 제품 수급

◆ 하루일과

영업기획/관리분야의 하루일과는 현장 모니터링 결과를 기반으로 합니다. 연간 사업 계획에 따라 수립된 전략이 지역 영업기관에서 실행되고 있는 상황을 수시 모니터링 하여, 우수사례는 더욱 발전시켜 타 기관과 공유될 수 있도록 하고, 미흡한 사례는 원인을 분석하여 실행력 강화방안을 수립합니다. 이와 더불어 지역 영업 기관의 원활한 영업활동을 위한 지원활동을 상시 진행하고 있습니다.

◆ 필요역량

영업기획/관리분야 업무를 수행하는데 5가지 역량이 요구됩니다.

첫째, 단기·중기 전략 수립을 위한 종합적 사고능력이 필요합니다.

둘째, Data분석을 위한 O/A 활용능력이 필요합니다.

셋째, 영업현장의 의견을 수렴하고 전략을 정확히 전달하는 커뮤니케이션 능력이 필요합니다.

넷째, 협력사와 Win-Win할 수 있는 정교한 협상력이 필요합니다.

다섯째, 마케팅, 브랜드 기본 지식이 필요합니다.