



Тест знаний «Практический маркетинг»

Вебинар

Анатолий Гурьянов, Любовь Черемисина

ВЕБИНАР ПРОВОДЯТ:



Гурьянов Анатолий

Консультант

Практика
«Развитие HR-среды»



Основная специализация

- Разработка и реализация проектов по оценке персонала
- Разработка моделей компетенций.
- Разработка инструментов оценки.
- Консультирование по вопросам оценки персонала.
- Разработка психодиагностических методик.



Образование

- Психологический факультет Ярославского государственного университета
- Сертификационный курс ИГИСП по направлению «НЛП»
- Сертификационный курс SHL по направлению «Assessment Centre»
- Курс Джорджа Боука и Дэвида Томсона по направлению «Создание моделей компетенций»



Профессиональный опыт

- Оценкой персонала и разработкой моделей компетенции занимается более 20 лет.
- Руководил службами оценки персонала и проектами по оценке персонала (Северсталь, Уралкалий, ОМЗ, УК Савва).
- Реализовал несколько проектов по оценке в формате привлекаемого консультанта.
- Имеет опыт разработки и внедрения комплексных систем оценки и развития сотрудников.
- Разработал несколько авторских психологических методик (личный опросник, тесты способностей)



Публикации и вебинары

- Автор телеграмм-канала ProfDevelopment
- Ведущий вебинара «Инструменты оценки» в рамках курса «Построение системы профессионального развития».

ВЕБИНАР ПРОВОДЯТ:



Черемисина Любовь

Маркетолог

Независимый эксперт

Основная специализация

- Разработка и реализация маркетинговой стратегии
- Разработка структуры отдела маркетинга и подбор специалистов
- Разработка KPI маркетологов
- Консультации по теме стратегического маркетинга
- Организация сквозной аналитики и оцифровки маркетинговой системы
- Организация регулярного менеджмента отдела маркетинга

Образование

- НГПУ, учитель математики-информатики
- Многочисленные курсы переподготовки и повышения квалификации по бизнесу и стратегическому маркетингу.

Профессиональный опыт

- Founder GetTalent (подбор и оценка digital-специалистов) и Cheremisina.online (консалтинговое агентство)
- со Founder школ маркетинга Big Marketing School, ProEnter
- Независимый директор по маркетингу в нескольких компаниях
- Ментор руководителей отделов маркетинга и предпринимателей
- Методолог и старший преподаватель кафедры интернет-маркетинга НГТУ
- Преподаватель в Высшей школе Бизнеса НГУЭУ
- Методолог и руководитель образовательных курсов Федерального проекта "Содействие занятости"

Публикации и вебинары

- Автор образовательной платформы по стратегическому маркетингу с применением искусственного интеллекта.
- Ведущий тренинга "Гипотеза«
<https://news.myseldon.com/ru/news/index/219224283>
- Автор методического пособия для маркетологов и предпринимателей "100 дней и 100 идей"
<https://www.litres.ru/lubov-cheremisina/100-dney-100-idey-chast-1/>
- Автор тренингов по маркетингу: #NLPROКАЧКА, #proИнтернет, Гипотеза
- Личный блог: www.cheremisina.online/blog

ЭКОПСИ – ЭТО...

КТО МЫ:
ЭКОНОМИКА И ПСИХОЛОГИЯ

ВО ЧТО МЫ ВЕРИМ:
БИЗНЕС ДЕЛАЮТ ЛЮДИ

№ **1** 
В РЕЙТИНГЕ*

более
500 
ПРОЕКТОВ В ГОД

200+ 
КОНСУЛЬТАНТОВ

более
30 
ЛЕТ НА РЫНКЕ

- Корпоративная культура и ценности
- Системы управления персоналом
- Автоматизация HR
- Бренд работодателя
- Вовлеченность

- Оценка персонала
- Обучение и развитие
- Работа с топ-менеджерами
- Работа с талантами



- Организационные изменения
- Операционная эффективность
- Развитие производственных систем
- Промышленная безопасность
- Практики регулярного менеджмента
- Стратегические сессии

- 01 ЗАЧЕМ НЕОБХОДИМ ТЕСТ?
- 02 ОПИСАНИЕ ТЕСТА
- 03 ПРИМЕНЕНИЕ ТЕСТА
- 04 ПРЕИМУЩЕСТВА ТЕСТА
- 05 НАШЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



Зачем необходим тест?

В России более **1000** организаций имеют собственную службу маркетинга



И более **1000** HR думают о том, как эти службы укомплектовать хорошими специалистами

При этом, более **800 000** человек считают себя маркетологами

Многие из них имеют документы об образовании и уже работали в маркетинге. Означает ли это, что они обладают всеми необходимыми для работы знаниями?

Рекомендуем проверить!



Другая сторона вопроса - **оценка уже работающих специалистов**. Маркетинг стремительно развивается, появляются новые технологии, новые направления деятельности. Например развитие интернет-продаж.

В России рост продаж через ИНТЕРНЕТ составил 52%.
За 0,5 года!*

Все ваши маркетологи уже освоили новые технологии?

Рекомендуем проверить!

* Источник: Форбс. Первое полугодие 2022 года. Непродовольственные товары. По продовольственным товарам - рост 100%.

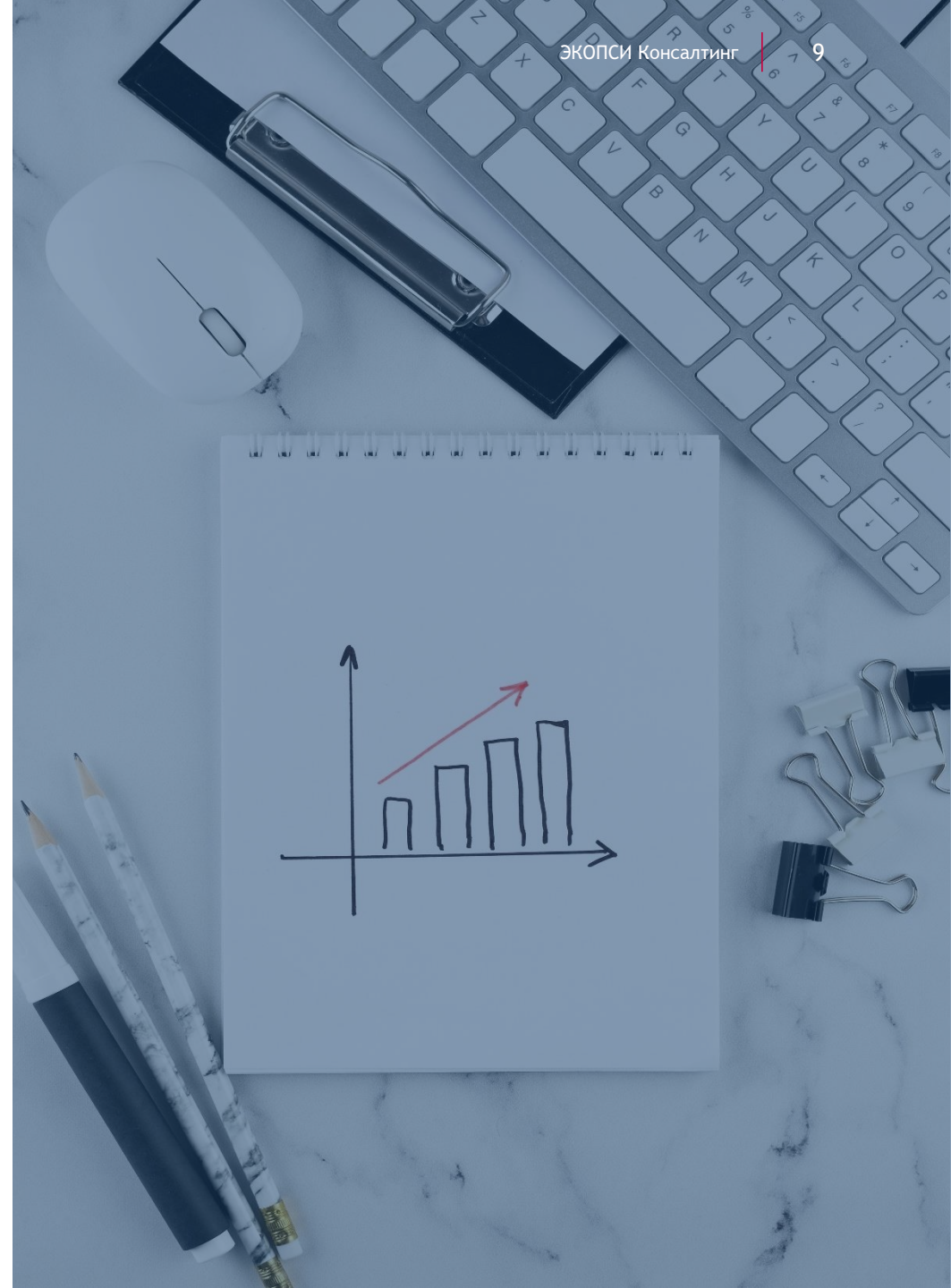


Маркетологи - это наиболее очевидная целевая аудитория нашего теста. Но есть и **другие категории работников**, деятельность которых требует знания маркетинга.

Практически все специалисты и руководители отделов продаж должны, в той или иной степени, знать маркетинг. Особенно если они осуществляют продажи в цифровой среде!

И именно эти сотрудники чаще всего имеют серьезные пробелы в знаниях, ведь они обучались по другим программам.

Рекомендуем проверить и их знания тоже!



Мы убедились, что проверить знания - это хорошая идея. Но какова цена вопроса для ситуации отбора кандидатов?

Вариант 1: Нанять кандидата и проверить его знания в реальной деятельности.



**СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА
МАРКЕТОЛОГА = 88 042 РУБЛЯ***

Вариант 2. Проверить знания нашим тестом.
=2900 рублей

Отдельная тема - собеседование. На наш взгляд, это не альтернатива тестированию, а следующий после тестирования этап отбора.

* Источник: <https://zarplan.com/>. Данные на март 2023г.



Целесообразно ли оценивать нашим тестом уже работающих сотрудников? Вот простой расчет.

Вариант 1: Направляем 4-х сотрудников на обучение без предварительной оценки. Это обучение может соответствовать уровню подготовки работников, а может и нет - и тогда инвестиции не окупятся. Предположим, вероятности равны, 50/50. Это значит, что в половине случаев деньги будут потрачены в пустую. При базовой стоимости курса по маркетингу в 70 000 рублей.



ПОТЕРИ СОСТАВЯТ 140 000 рублей :(

Вариант 2: Сначала проверим знания тестом. Если оценка будет верна хотя бы в половине случаев, а это очень консервативный прогноз, мы можем снизить потери.

СЭКОНОМИМ +70 000 рублей!

Расходы: $2900 * 4 = 11\ 600$ рублей



Описание теста

Маркетинг

“ — вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Филип Котлер, «Основы маркетинга», 2007



ЧТО ОЦЕНИВАЕТ ТЕСТ?

Тест «Практический маркетинг» это классический тест знаний.

Классический по форме, но не по содержанию, так как он оценивает не знание учебника по маркетингу.

Он оценивает знания, которые необходимы сотрудникам в их реальной повседневной деятельности.

Этот тест носит сугубо прикладной характер!





Исследование рынка

- изучение спроса
- сегментирование
- изучение целевой аудитории
- маркетинговая среда



Управление продуктом

- разработка продукта и бренда
- ценностное предложение
- вывод продукта на рынок
- ценообразование



Продвижение и дистрибуция

- основные каналы дистрибуции
- продвижение в digital среде
- данные и аналитика
- управление продажами

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ

Что оценивает тест:

Знание практического маркетинга

Количество заданий:

60 вопросов, в каждом 4 варианта ответа

Длительность тестирования:

1 час (ориентировочно)

Формат тестирования:

Онлайн (на платформе Linkis2)

Целевая аудитория теста:

Кадровые и маркетинговые службы компаний, отделы продаж

Стоимость теста:

Ориентировочная стоимость - 2900 р. за 1 тестирование.

Возможны скидки за количество тестирований.

На данном этапе есть вариант бесплатного тестирования.



Применение теста

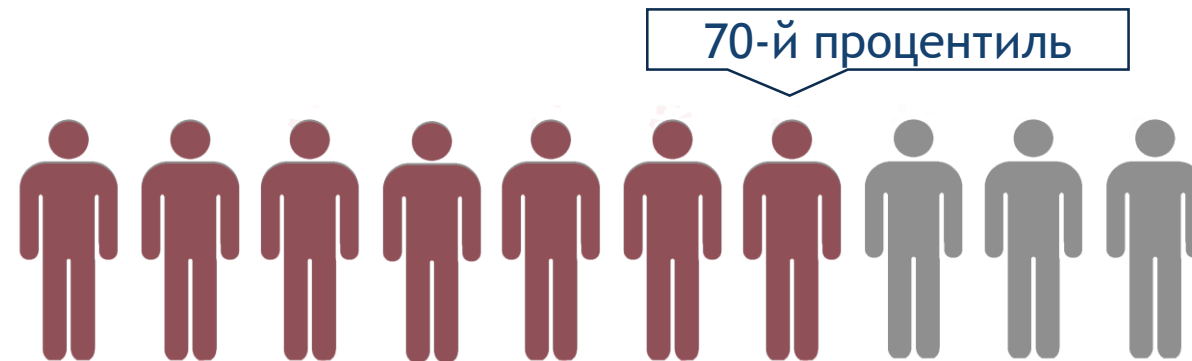
ДЛЯ ЧЕГО ТЕСТ ПРЕДНАЗНАЧЕН?

01	Отбор сотрудников в службы (отделы) маркетинга и продаж
02	Внутренний отбор (проекты, назначения, резерв)
03	Управление талантами (для лучших - мотивационные программы, карьерные лифты, инвестиции в развитие)
04	Управление развитием (ИПР, группы, программы)
05	Мотивация к развитию
06	Подготовка к внедрению новых подходов
07	Знакомство с коллективом
08	Сравнение подразделений и организаций (диагностика проблем)



РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕСТА

Основным результатом теста является показатель, который называется **процентиль**.
Процентиль – процент участников тестирования, которые получили более низкие или такие же результаты. Например, если у оцениваемого сотрудника 70-й процентиль, то его результаты лучше (или не хуже) чем у 70% других участников.

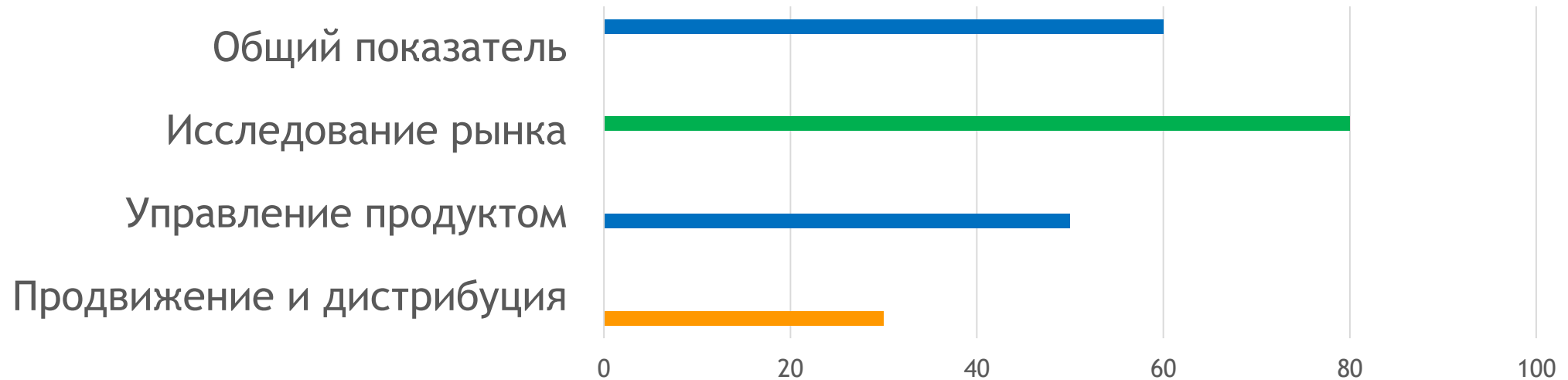


Преимущества использования показателя «процентиль»:

- Легко интерпретировать, интуитивно понятный показатель
- Учитывает статистику результатов
- Позитивен и «экологичен» в применении (не содержит негативных утверждений)
- Знаком многим маркетологам и HR-специалистам

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕСТА

Кроме основного показателя, мы предоставляем клиентам и несколько дополнительных - это процентиля сотрудника по 3 основным темам.



На основании анализа этой информации, сотруднику и клиенту могут предоставляться **рекомендации по развитию**. Дополнительная плата при этом не взимается - и итоги по отдельным темам, и рекомендации, входят в базовую стоимость тестирования.



Преимущества теста

ПРЕИМУЩЕСТВА ТЕСТА ✓

- Качественный подбор заданий
 - Все темы в одном тесте
 - Акцент на новых знаниях (цифровой маркетинг и др.)
 - Работа с опытными экспертами
 - Статистический анализ (после пилотных испытаний)
- Защита от искажения результатов
 - Новизна теста
 - Расширяемый банк вопросов
 - Случайный порядок предъявление
 - Прокторинг (наблюдение за ходом тестирования)
 - Препятствия для ИИ-прохождения



АЛЬТЕРНАТИВЫ И СРАВНЕНИЯ



Тесты - это быстро, недорого, объективно.

Но:

- Разрабатывать самим? **Долго.** Длинный путь разработки.
- Приобрести у наших конкурентов? **Дорого.**
- Найти бесплатный тест? **Не объективно.** Низкое качество тестов.

На стороне ЭКОПСИ: 

- Надежная методология
- Большой опыт разработки тестов
- Много реализованных проектов
- Много довольных клиентов

ЧТО ДАЛЬШЕ?

Пилотная апробация теста. На этой стадии тест можно использовать **бесплатно!**

Зачем это **вам**:

- оценить людей
- оценить методику
- отладить процедуры отбора и развития

Зачем это **нам**:

- апробация
- статистика
- обратная связь

Кто заинтересован - пишите, звоните! Контакты на следующем слайде.

!!! Есть ограничения для участия в «пилоте»: тестируемые должны быть из целевой аудитории теста, количество тестируемых - от 20 до 50





Гурьянов Анатолий

Консультант практики «Развитие HR-среды»



+7 (991) 473 76 78

WhatsApp:

+7 (911) 514 05 01



gurianov@ecopsy.ru



Спасибо за внимание

Мы в социальных сетях:



ProfDevelopment

СИСТЕМА ПРОФРАЗВИТИЯ

КАРЬЕРНЫЕ МАРШРУТЫ

МОДЕЛИ ПРОФКОМПЕТЕНЦИЙ

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ
ПРОФКОМПЕТЕНЦИЙ