

SAILING MARKETING INC

# 建立你的营销 团队



# 引言

---

草率的营销是浪费投资资金最好的方式之一，因为它会毁掉你好不容易建立起来的生意和声誉。

你是愿意浪费时间，还是愿意花点时间把这部分做好？**建立自己的数字化营销团队**不是一件容易的事情，事实上，你会发现它会花费数年的时间、真正专业的知识和大量的资金投入来弥补你最初的投资成本。你会用最有效的方式来投入你的精力吗？首先，你需要深入挖掘并找出组建一个数字营销团队需要什么。





# DIY营销 vs 广告公司？

---

知道怎么做 - 这花费数年时间...

复杂 - 做的是否正确？

时间 - 它不会自发地表现除了 (持续警觉)

成本 - 为什么付出多而回报少？

## 吸引

博客内容编辑专员, 在线SEO营销专家, 品牌平面设计师, 社交媒体人际关系网管理人员

## 转换

社交媒体专家的参与, 文案的登录页面, 设计师的呼吁行动, 关于得分和培养的市场分析师

## 完成

市场部经理负责销售系统, 市场部专员协助销售, 销售团队完成销售任务, 首席营销官进行销售目标预测

# 谁是数字营销团队的一份子？

## 你将如何将潜在客户转换为新客户？

如今有数十亿人上网，考虑到你的客户、公司来自各行各业，你打算如何达到目标？你需要调整你的数字营销方法来匹配你的销售系统。市场营销和销售应该共同努力，创造新的线上潜在客户。

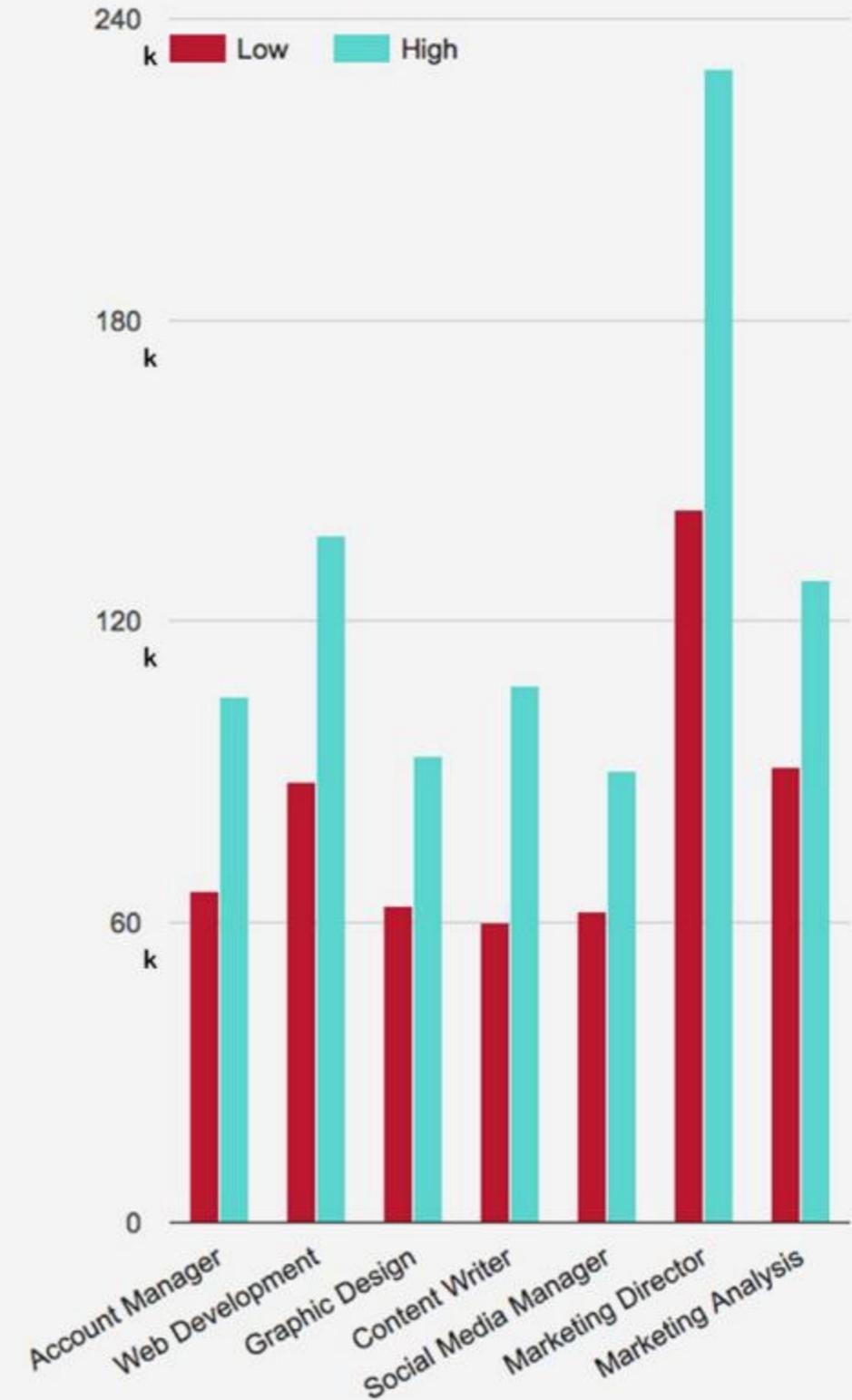
此外，《互联网:购物和个人理财》报告称，“61%的全球互联网用户在网上研究产品”，而根据Acquity Group的数据显示，“94%的商业买家在网上做过某种形式的研究。”

根据 [InsideSales.com](https://www.insidesales.com) 调查显示，“35-50% 的销售额会被最先做出反应的供应商获得。”

## 谁来当经理？

负责管理您账户的人必须了解公司并与营销团队的努力的方向保持一致。他们还必须快速回应新的 潜在客户的询问。客户经理或营销 经理通过陈述事实或者行动与您直 接沟通，以此调整您的活动，使之 与其预期的进展相适应，从而及时 调整数字营销方法。他们负责维持 市场营销和销售之间的标准，并与您进行直接合作，讨论方向问题上的修 正与更改。

DIGITAL MARKETING JOB ROLES & SALARIES



Data Credit: [Mondo](#)

## 你的业务需要什么类型的网站?

在你开始之前，好好看看你的竞争对手的网站，这些都是针对您特定市场或行业的设计和网页开发标准。当涉及到开发合适的网站来代表你的公司时，布局、可用性和可访问性都很重要。移动友好是当今流行趋势，为了得到它，你必须应用响应式网页设计。

## 谁会去开发和维护网站?

您需要一个懂得计算机语言和理解用户体验的网页开发和编程专家。此外，他们还必须了解实时最新平台、功能和插件，这将帮助你销售更多的产品和服务、更好地推广你的在线业务。

根据谷歌移动广告博客，“79%的人不喜欢他们在同一个网站上找到的东西，他们会返回去搜索另一个网站。”

## 什么类型的布局最适合市场?

你的网页设计、导航和布局的风格取决于你是否打算在线销售产品，这还是仅仅是简单地告知客户关于你的产品和服务的细节。例如，一些网站平台比其他网站平台更擅长建立一个用户友好的网站，以便在显示产品时进行更简单的导航。另一方面，有些布局最适合使用通过博客订阅来通知客户，并帮助他们更多地了解你的业务。您总是想考虑客户使用哪些平台来浏览你的网站和页面。

根据谷歌移动广告博客，“50%的人表示，即使他们喜欢某项业务，如果该网站对移动设备不友好，他们也会减少它们的使用频率。”

根据皮尤研究中心的数据显示，“63%的成年手机用户使用手机上网...  
34%的网上用户主要使用手机上网，而不使用台式机或笔记本电脑等其他设备。



根据汉利伍德商业媒体，“78%的首席营销官认为定制内容是营销的未来”



## 谁来进行设计网站内容？

你需要一个网页或平面设计师，他可以让你的内容更加美观。你的网站不仅应用引人注目的设计来吸引你的受众，而且还应该通过网页设计来将这些潜在客户转化为真正的客户。因此，你的网页设计应该明确地吸引你想触及的受众。这个人还应该负责将设计的内容用于广告宣传，如社交媒体和博客图片、电子书布局设计、电子邮件活动、品牌推广和印刷设计。

## 什么类型的数字营销活动可以助长业务？

根据你的受众计划来组织你的数字营销活动。首先看看购买你的产品或者服务的顾客类型，然后思考：“这些人有什么共同点？”这将帮助你确定最佳的方法来使你的努力最大化，并产生投资回报。

根据CMO.com的数据，“41%的市场营销人员确认网站产生了可衡量的投资回报率，82%的博客营销人员看到了他们的网站营销的正投资回报率。”

## 谁来生产您内容营销的附属品？

你需要一个网站内容编辑专员和执行管理编辑来制作营销内容和附属品。你的内容营销方法是网站广告业务的最重要的方面。博客、广告文案和品牌在线内容比以往任何时候都要现在的重要。

根据美国新闻中心报道，“72%的市场营销人员认为品牌内容比在杂志上做广告更有效；69%的人认为品牌内容比直邮和公关更有效。”

根据Forbes.com数据显示，  
“截至2015年，大约  
73%的美国人至少拥有一个  
社交媒体账号——而五  
年前这一比例仅为48%。”

## 您的营销是否有社交媒体的参与？

社交媒体经理负责获得关注者，在社交媒体上吸引人潜在客户，并将其发展成为在线社团。社交媒体管理是品牌更好建设的一个重要方面，因此知道如何使用你所在企业参与的社交媒体和在线社交网站是很重要的。你必须根据你的受众选择这个平台的原因，来为这个社交平台量身定制网页内容。

根据CMO.com的数据显示，78%的专业人士访问“Linkedin”是为了“了解行业新闻”，73%的人使用它是为了“发现行业中的新点子”。

## 谁会与你的客户进行在线交流？

你需要一个能花时间去这些事情的人，通过社交媒体来建立你的品牌和在线社团。要找到适合这份工作的人，你需要找一个知道如何与潮流保持一致的人，建立可视化或有趣的娱乐内容来吸引你的顾客。

## 你打算如何优化和增加网站流量？

每个人都在谈论SEO或搜索引擎优化，但它到底是什么呢？你需要找到一个有背景经验的专家来通过搜索引擎优化提高你的知名度。搜索引擎优化十分重要，因为客户可以通过它找到你的页面在线频道。

根据SeoClarity的一项研究，在谷歌排名第一的移动搜索广告的点击率为27.7%。

## 谁来指导你的在线营销方法？

你需要一个市场营销总监或领导者，他们知道如何优先考虑正确的业务：制定目标和实施市场营销策略，以推动真正的收入。这个人负责建立更好的内部关系，这需要有广的营销背景以及了解销售系统如何运作。此外，他们必须能够巩固你公司的市场营销与销售系统，以此来最大化你的投资回报率。

## IMPACT OF POSITION ON CLICKTHROUGH RATE IN SEARCH RESULTS

Position	Brand		Non-brand	
	Desktop	Mobile	Desktop	Mobile
1	40.2	35.1	21.4	24.3
2	21.7	17.1	14.5	17.8
3	11.5	12.0	10.9	14.1
4	8.7	9.5	8.2	11.5
5	6.6	8.7	6.6	8.7
6	4.1	4.1	5.5	6.5
7	3.6	2.8	4.5	5.3
8	1.7	3.4	3.9	4.1
9	1.5	1.3	3.2	3.5
10	1.5	1.3	2.7	3.0
11	1.1	0.9	2.2	3.0
12	2.9	0.5	1.9	3.3
13	1.5	0.6	1.8	2.4
14	1.3	0.7	1.7	3.3
15	1.0	1.5	1.5	3.4
16	1.8	0.4	1.4	2.7
17	0.7	0.0	1.3	3.5
18	1.3	0.5	1.3	3.1
19	0.1	2.7	1.0	2.2
20	0.4	0.0	1.0	2.1

## 你将如何组织和分析你的市场营销？

你需要一个负责观察大数据和调整你的营销方法的市场营销分析师。这个人应该负责研究竞争对手，并分析你的公司试图接触到更多客户的可能性。最适合这份工作的人是那些喜欢与数字打交道，并且擅于将得分策略和客户行为转化为更有效的营销策略和方法的人。

根据Adestra Marketer vs Machine ( 2015 ) 的数据显示，“营销者表示，自动化的最大好处是节省时间（74%）、增加客户粘性（68%）、更及时的沟通（58%）和增加包括销售在内的机会（58%）。”

## 谁来分析数据进展情况的报告？

你公司的市场营销分析师改善你的数字营销的方向。这个人负责观察公司所采取的行动并记录行动结果。他们也必须重点关注客户的行为，并相应地应用市场营销自动化软件，以更好地跟踪评分线索。分析师还必须确定你的品牌在网上最有效的投放位置，并跟踪反馈信息。这有助于你在调整下一个方法时，帮助你先做得更好，将客户的意见和反应考虑在内，从而创造更好的第一印象。

根据Mintel.com的调查，“（69%），其中81%的18-34岁的人在购买前会征求别人的意见。”在线用户评论网站是这个年龄段的受访最喜欢的资源，而35岁以上的受访者则更倾向于信任独立的评论网站。”

根据阿伯丁集团的一项研究，具有高度一致性的组织收入同比增长了32%，具有较低一致性的竞争对手的收入则下降了7%。

## 您将使用什么系统来构建内部基础设施？

你的市场营销部门是通过采用管理角色的层级制度来运作，还是计划通过提供内部教育来实现工作场所的“民主”，以此以最好的市场营销方式来提高员工的素质和判断力？概述沟通工作流程是了解你市场营销部门的基础设施运作的秘诀。

如果你使用的是层次结构，那么你需要一个“指挥链”，它有明确的领导角色和决策职责，但是如果你打算使用一个所有角色都在交流的系统，比如在民主制度中，每个人都必须负责“提升”自己的游戏。你还需要确定有多少营销项目是有内部员工完成，有多少任务是由外包公司完成的。

## 谁来领导团队实现团队目标？

必须有一个负责任的领导来激励团队，市场营销官(CMO)必须担任指导和激励团队成员的职责，努力在新的活动和业务目标中做到最好。这个人不仅需要负责工作效率，还要负责让员工专心完成任务，他们还必须在提供相关背景知识、经验和专业知识的基础上领导团队向正确的方向发展。



# 数字营销职位和角色

吸引：博客的内容编辑专员、SEO的线上营销专家、网页的平面设计师和社交媒体经理的网络档案

在网上寻找客户的第一步是吸引他们访问你的网站，你的网上形象在向世界展示你的商业产品，因此你需要一个专家团队来建立一个好的网上声誉。如果你属于特定市场或行业，那么你可能需要内容编辑专员来创作原创文章来打动你的受众。人人都同意内容为王的原因之一是你的网站的“新鲜度”因素。

为了成功地执行搜索引擎优化(SEO)，你必须通过博客、社交媒体个人资料简介和在线页面调整来不断更新你的页面和新内容——像谷歌这样的搜索

在对网页进行排名时都考虑到了“新鲜度因素”因此，你绝对需要一个在线营销专家，他可以评估什么是最好的方式来接近网上市场给你的业务和行业。

良好的平面设计也是一个成功的在线方法的重要组成部分，因为人的思维会自然地形象化所吸引。此外，人脑处理视觉内容的速度相比其他要快65,000倍。这意味着如果你要给人留下良好的第一印象，你必须优化你的视觉呈现。因此，你需要一个平面设计师来吸引你的客户。



## 转换:为社交媒体专家的参与，登陆页面的文案，设计师的呼吁行动，市场分析师的领导得分和培养

增加潜在客户后的下一步是将他们转化为付费客户，在网上做最好的方法是让你的营销团队成员通过应用登陆页面、号召行动、领导评分和培养，来为你的网站和个人资料创造转换率。这不仅需要您创建这些页面，还需要通过使用营销自动化软件来跟踪您的进度。

你需要一个社交媒体专家，他不仅可以与客户沟通，还可以报告用户参与度，以适应优化社交媒体帖子的互动。一个对你所在行业的在线趋势或流行趋势有敏锐洞察力的人，可以为你提供更多的专业知识，帮助你扩大社交媒体关注者的在线社团。文案撰稿人是一种特殊类型的作家，他不仅为娱乐写作，还为营销转换改编章。

因此作品的风格就意味着你需要利用粗体标题、加上强有力的陈述和动作动词，来激发读者的某种行动。这个人负责能够说服读者采取你想要的行动的登录页面。你的网页设计师负责以独特的广告设计形式执行“号召行动”。

他们必须清楚地了解是什么让你的客户想要访问，以及邀请他们点击页面上的按钮或广告的“触发器”。当你要观察你为营销所做的努力和数据计算时，你需要一个懂得如何培养领导并设定KPIs(关键 绩效指标)的市场分析师。这个人 应该能够看到你为改变客户状态而 做的集体努力，并提供结果，帮助 为未来的成功调整数字营销方法。



## 完成：负责销售系统的市场营销经理，协助销售的市场专员、销售团队完成销售任务

通过数字营销接近客户与直销有很大不同。说服领导者让销售业绩下滑，这将引导他们朝着这个最终目标前进。为了创建一个有效的销售系统，你需要一个熟悉如何将潜在客户获取过程与销售漏斗的各个阶段联系起来的市场经理，漏斗的底部就是这些人必须努力促进销售的地方。

此外，你还需要一个营销专家，他也知道如何发挥顾客潜力、知道顾客可以购买甚至购买更多、知道如何让顾客超额购买、知道与顾客保持联系，因此在售后加强客户忠诚度。

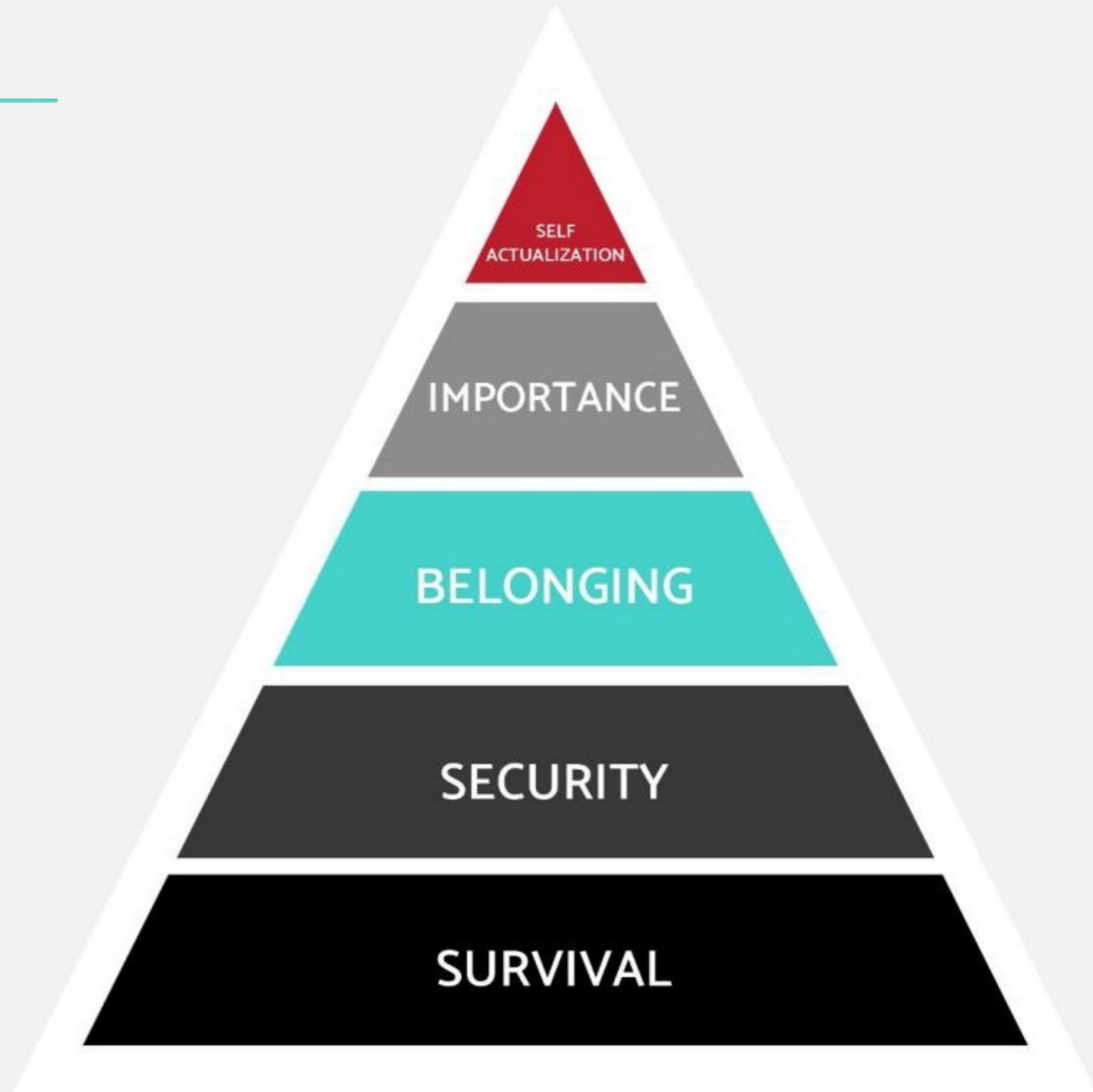
最后，你需要一组懂得如何销售的销售专员。你的销售团队负责通过优化销售流程和建立网上客户来获得更多的投资回报。他们的主要重点是为了确保销售，并将合格的潜在客户转化为付费客户。

## 数字营销工具与设备

建立自己的数字营销团队需不仅要你提供必要的人员和技能，而且还需要办公空间、电脑、桌子软件和工作氛围（也被称为“公共幸福”）。

幸福对工作效率来说是很重要的，尤其对于创造性的角色来说。为了让你的数字营销团队工作得更好，你必须要考虑“马斯洛的需要层次理论”。

现代心理学认为，动机是产生于自我实现。工作场所中最佳生产力来自于个人实现自我的快乐，然后是集体合作以及协作。这可以让每个人都表现得最好，并为您的公司和营销团队成员从高质量的表现中收益。





在自我实现金字塔的底部是安全和心理需求，它要求你为你的员工提供一个适当的工资水平和适当的的空间或“腿部伸展空间”，以获得安全感和实现新的目标。想想经济舱航班里那些拥挤、不舒服的地方，然后问问自己，“在这种拥挤的环境中，我能工作得好吗？”如果你的回答是否定的，那你需要根据你市场部的员工数量来选择你的办公室空间。

其次是归属感和自尊。你的数字营销团队的每个成员都必须觉得自己属于公司，所以这可能需要一个“团队建设”的预算，并且在雇佣之前要清楚谁善于合作。诚信的领导者、激励、奖励和成功的结果提供了人们对获得自尊的信心。

# 建造营销团队的成本

## 猜猜数字营销的成本是多少？

建立自己的数字营销团队的成本应该不 低于75万美元。当你决定削减成本时， 你会遇到很多困难，比如质量(如果你 补充自由职业者)，交付(通过某不知 名的机构)或者缺乏优化和浪费你收到 的钱(通过某内容工厂)。

明智地选择你的市场营销团队。

## 建立营销部门 VS 雇佣数字代理公司

## 为什么要任命一群数字业余爱好者来为数字营销？

去寻找中介公司还是组建自己的团队？这就是问题所在。无论是将这项关键任务委托给你现在的员工，还是寻求专业人士，让统计数据帮助揭示雇用技术娴熟的数字营销机构的积极一面：

“只有44%的市场营销部门表示，他们对组织的整体商业战略有很大的影响力，40%的人则认为他们的公司的市场营销效果不佳，只有34%的人觉得自己非常精通数字营销。”(CMO.com)

数字营销最好让专家来完成!

## 你公司的网络设计和在线页面有那么重要吗？

是的，你在线演示的就是这些。这就是为什么你需要一个网页设计来抓住客户的注意力并提醒他们你是谁，你在做什么。最有效的网站需要专门为你的特定受众客户和行业而设计。可信度是您的受众客户是否会继续浏览你的页面的关键因素。

## 内容营销的平均成本是多少？

大多数企业主都将公司的一小部分资金投入数字营销中，（为了维持市场，投入的资金不少于5%）。投入资金的平均数字为379,600美元。

根据Marketo的数据，平均拥有1-99名员工的公司，在内容营销方面的平均投资为5.67万美元至14.24万美元。对于较大的公司，“员工超过1000人的组织预算为1057300美元，员工少于1000人的预算为335200美元。”

如果建立自己的营销团队不在规定的预算范围内，那么与一家成熟的数字营销机构合作可能是一个明智的选择。



根据《新闻信誉报》报道，  
“近一半(46%)的人认为，  
网站的设计是决定一家公司可信度的首要标准。”

# 底线：你需要一个数字营销代理

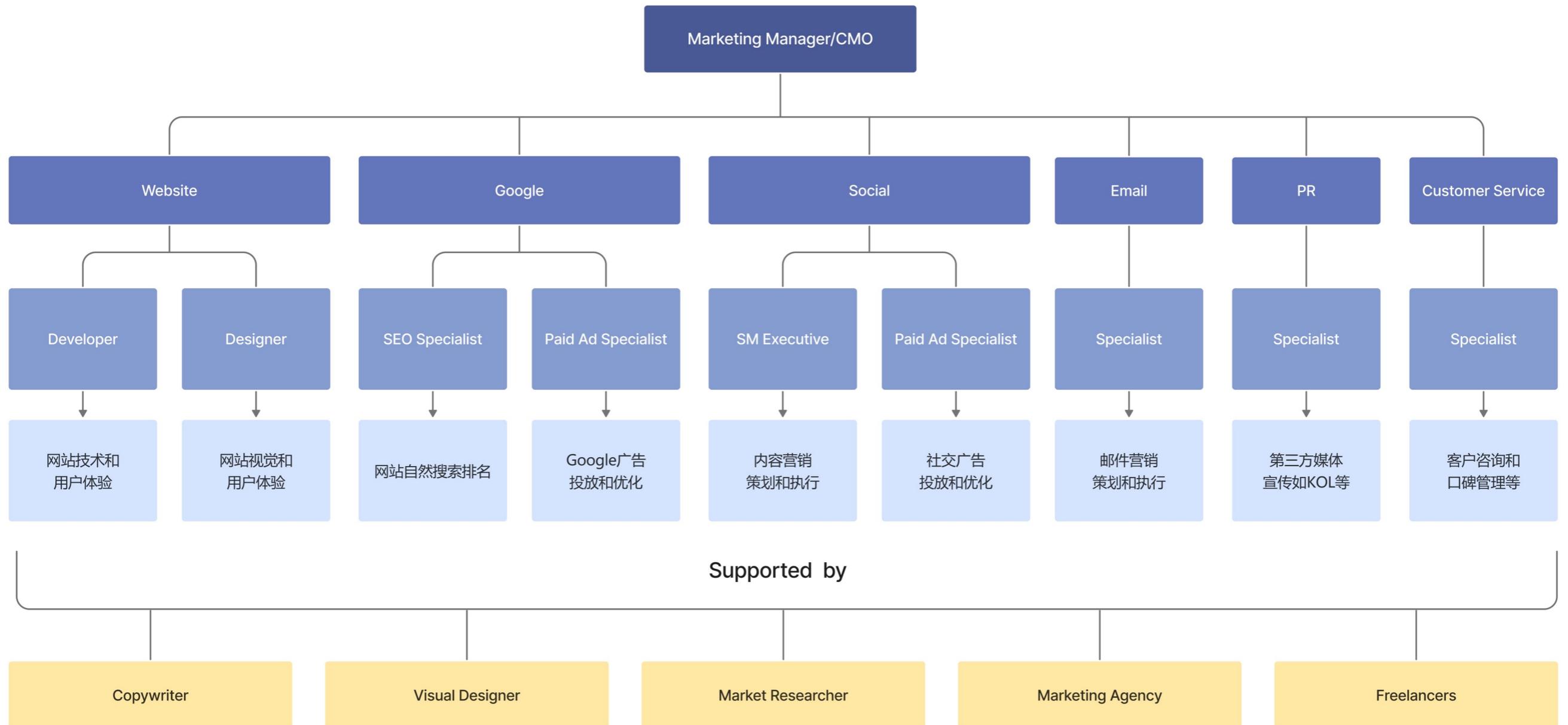
不要孤军奋战。在每个企业家的生活中，都会有这样一段时间，他们必须把关键的任务托付给别人。将你的企业暴露于潜在的错误中可能会让你损失大量的时间和金钱，甚至牺牲你公司的成功。糟糕的市场营销会让你的企业一蹶不振，所以在建立你的市场营销团队时一定要记住这一点，不要孤军奋战。

## 建立

如果建立你的营销团队看起来太复杂，那可能是因为它的确很复杂。网络营销是一个动态的丛林，在那里你可以遇到熊猫、鸽子、企鹅和海盗，它们会无声地攻击你的在线页面，(谷歌算法的更新)，影响你网站的可见性和性能。建立营销团队与如同知道这一切一样困难。当涉及到在线营销时，你可能甚至没有意识到黑暗中是否隐藏着许多障碍阻碍你的在线营销。市场营销本身就需要多年的经验来完善，那为什么冒险不选择雇佣专家来帮助你开始呢？



# 团队结构



# 产品营销

## 产品营销副总裁

向首席营销官报告，产品营销副总裁将领导一支营销团队，负责我们产品的信息传递、包装和交付。还将负责将新产品、功能和/或服务推向市场，与我们的产品团队密切合作，并指导客户研究。这是所有运营的核心角色，从产品开发到营销再到销售。

### 责任：

- 带领营销人员团队确保我们的产品在进入市场时获得成功和采用。
- 通过招聘和培训来发展团队。
- 做出数据的决策，推动团队和产品向前发展，实现公司目标。
- 制定产品的定价、信息传递、包装、促销和销售策略。
- 培训、支持销售和客户支持团队使用新工具和产品。
- 通过具有领导力的思想、博客、社交媒体和演讲，担任我们产品的宣传员。
- 使公司跟上市场趋势和竞争，并始终领先竞争对手。

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有丰富经验的知名营销人才，具有确定产品市场适合度和将产品交付市场的经验；
- 具有优秀的书面和口头沟通能力的领导经验；
- 具有分析问题能力，包含从客户开发到产品采用，再到销售流程；
- 能够与工程部和相关部门进行跨职能的领导和沟通；



## 产品营销经理

作为一名产品营销人员，您将成为团队的领导者，负责向世界（和公司）讲述我们产品的故事。您将成为我们公司特点及其优点的主要宣传者。此外，您将负责围绕新发布的消息传递和制定营销策略。

### 责任：

- 与产品团队一起，向公司内外的利益相关方介绍我们的产品功能及其优点；
- 创建内容（例如销售文档、产品视频、网站副本、博客帖子、Quora和其他论坛），向世界阐明我们产品的优点；
- 在适当的情况下协助销售人员进行拜访，以深入了解产品；
- 在公司内外发言和展示，以宣传我们的产品；
- 测量和优化与产品特性、采用和使用有关的买家说明；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 过去有在数字营销、产品营销和/或产品管理方面的经验；
- 优秀的书面和口头沟通能力——有大量的相关的写作和展示/营销创意；
- 熟练使用HubSpot的内容优化系统。需要构建产品页面，优化页面上的转换路径，并使用智能行动调用创建和测试特定于买方阶段的交易顾问策略；
- 喜欢以协作、跨团队的方式工作。该职位要求您跨职能部门工作，以使产品具有生命力。您是我们整个组织的核心，不断与成员和潜在客户互动；

## 产品营销经理-销售支持

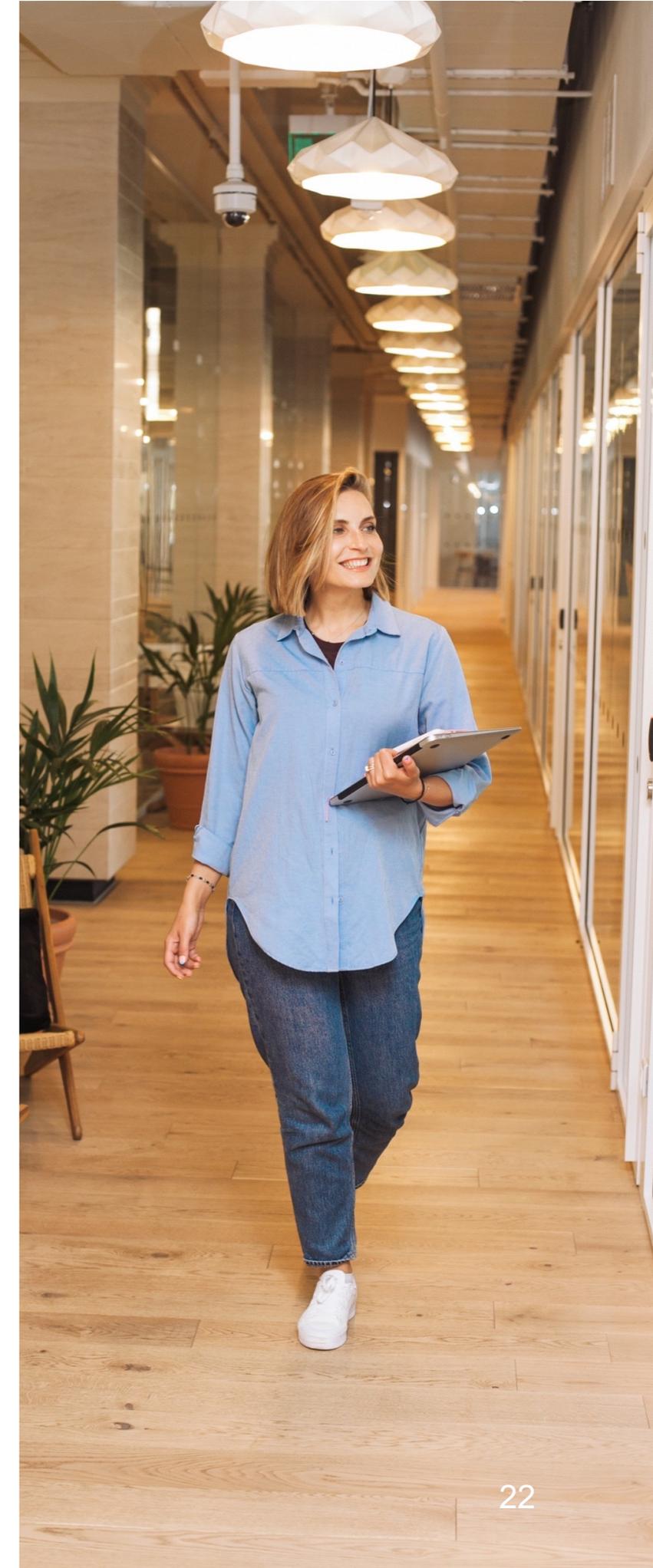
作为负责销售支持的产品营销经理，您将对推动我们每天的客户增长产生直接影响。您将成为我们在竞争方面的内部专家，并帮助优化我们的销售流程和其他相关流程。简而言之，您将为我们的销售团队带来竞争优势。

### 责任：

- 与我们的优秀客户合作，创建案例研究和客户成功案例；
- 通过与销售代表的关系和社交媒体找到传布者，然后培养他们并帮助他们促进我们的事业；
- 向我们的代表提供培训和销售工具，帮助他们提高效率和效率；
- 进行竞争研究，帮助我们定位以赢得更多客户；
- 收集和分析数据，支持我们在市场上为买家提供的解决方案；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 过去有从事研究或进行竞争分析的经验；
- 优秀的沟通技巧——您将定期与客户和跨职能团队互动；
- 精通HubSpot社交收件箱，您将通过推特根据其买家阶段识别和培养拥护者，并主动监控关于竞争的对话；



## 网络开发工程师

我们正在寻找一名网络开发人员，可在我们公司的网站和其他需要的项目上工作。这个职位要求具有设计的能力和实用的web开发能力。将与我们的平面设计师、产品营销人员和内部其他相关者密切合作，通过编写的代码，将我们的品牌、产品信息和宣传资料以及其他网站内容结合起来。

### 责任：

- 开发和实施前端web代码和设计标准，编写相关代码；
- 修改线框，模型或新网站页面，并提交给高级管理层；
- 与营销团队、高级管理人员、设计师和其他项目利益相关者合作；
- 创建和优化我们的web项目管理，在满足期限的同时提高效率，同时保持高质量web开发的最高标准；
- 积极探索并提出新想法，以改善我们的网站体验，为潜在客户、潜在客户和客户提供服务；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 精通HTML5、CSS3、JavaScript和jQuery；
- 具有UI/UX最佳实践领域的专业知识。是一个问题解决者，开发的一切都是为了改善我们网站的体验和推动相关行动；
- 通过HubSpot内容优化系统认证，用于为手机、平板电脑和桌面创建自动响应的网页。工作必须涉及上述三个方面；
- 个人有兴趣了解最新趋势，包括 UI 社区中的敏捷方法和新兴最佳实践；

## 用户体验研究专家

我们正在寻找一位用户体验研究专家加入我们的营销团队，并与我们的产品团队和设计师密切合作。工作范围从概念化，产品和网站的改进和功能，到评估我们营销接触点的可用性和成功性。

### 责任：

- 推动用户研究和概念开发，包括角色和场景开发；
- 用户行为和态度的设计研究，并提供可操作的意见；
- 在提出、线框绘制和实施用户体验改进的整个过程中为用户提供支持；
- 与营销和产品团队紧密合作，确定研究主题；
- 与设计、产品管理、内容战略、工程和营销部门进行跨职能协作；
- 参与用户研究参与者的招募活动，包括制定标准、筛选参与者、创建材料、跟踪结果以及根据需要协调激励措施；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 便捷的启动和快速迭代并使用数据；
- 深入理解用户界面设计，包括知道如何和何时利用研究和测试为决策提供信息；
- 在广泛的定性和以用户为中心的设计方法中具有很强的能力；
- 定量、行为分析和统计的工作知识；
- 优秀的口头和书面沟通能力；

# 内容营销与策略

## 内容副总裁

内容副总裁向首席营销官报告，他将领导一个由撰写人、设计师和战略师组成的团队，创建高流量博客内容，领导转换资源和可共享的创意项目。该副总裁将支持营销利益相关方，包括需求生成、销售支持、公共和分析师关系、社区管理以及渠道/垂直市场。目标包括：吸引网站流量和社会关注者，推动新的销售线索，通过相关内容授权销售人员发送给潜在客户，并促进公关和有影响力人员的关系。

### 责任：

- 带领内容策略师和制作人团队创建常规内容，通过所有入站渠道（社交、电子邮件、博客、登录页面等）进行营销；
- 通过招聘和培训培养团队；
- 制定扩展输出内容的策略和流程；
- 做出数据驱动的决策，推动团队和我们的内容向前发展，实现公司目标；
- 通过具有领导力的思想、博客、社交媒体和演讲，成为我们信息、品牌和内容的传播者；
- 确保满足所有营销利益相关者的需求；
- 让团队了解内容营销的最新趋势；
- 管理内容创建机构和自由职业者；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 经验丰富的知名营销人员，具有跨多个学科（文本、设计、视频等）和媒体（博客、指南、白皮书、研究、信息图表、播客等）为web创建内容的经验；
- 具有优秀的书面和口头沟通能力的领导经验；
- 由创造性直觉驱动，但能够用数据进行直觉检查和过程纠正，以及报告结果和使用数据进行优化；



## 内容营销经理

我们正在寻找一位多产且有才华的内容创作人员，定期撰写和制作各种项目和博客，以扩大公司的影响力、知名度、买家和潜在客户。这个职位需要高度的创造力、对细节的关注和项目管理技能。

### 责任：

- 每月创建1-2个免费资源，以推动潜在客户、订户、意识和/或其他重要指标（例如电子书、白皮书、信息图表、指南等）；
- 持续发布博客以支持您的其他项目，并通过搜索、社交媒体和我们的电子邮件用户吸引网站访问者；
- 通过向他们提供符合他们需求的定期、有用的内容来扩大我们的用户基础；
- 与设计师、产品营销、销售、外部有影响力的人员和行业专家合作，制作满足关键利益相关者和受众需求的相关内容；
- 让别人相信你的创意值得投入时间和精力。这个职位是营销团队的核心，其他人都会依赖你的工作；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 过去有制作网络内容的经验，以及特定渠道的知识（博客、幻灯片、脸书、推特等）；
- 过去有在线或离线建立受众的经验；
- 深入了解 HubSpot 内容优化系统，根据访问者生命周期阶段创建博客和生成智能CTA。
- 双重思维方式：你很有创造力，是一名优秀的作家，但也许是流程驱动的，并依靠数据做出决策；

## 博客管理员

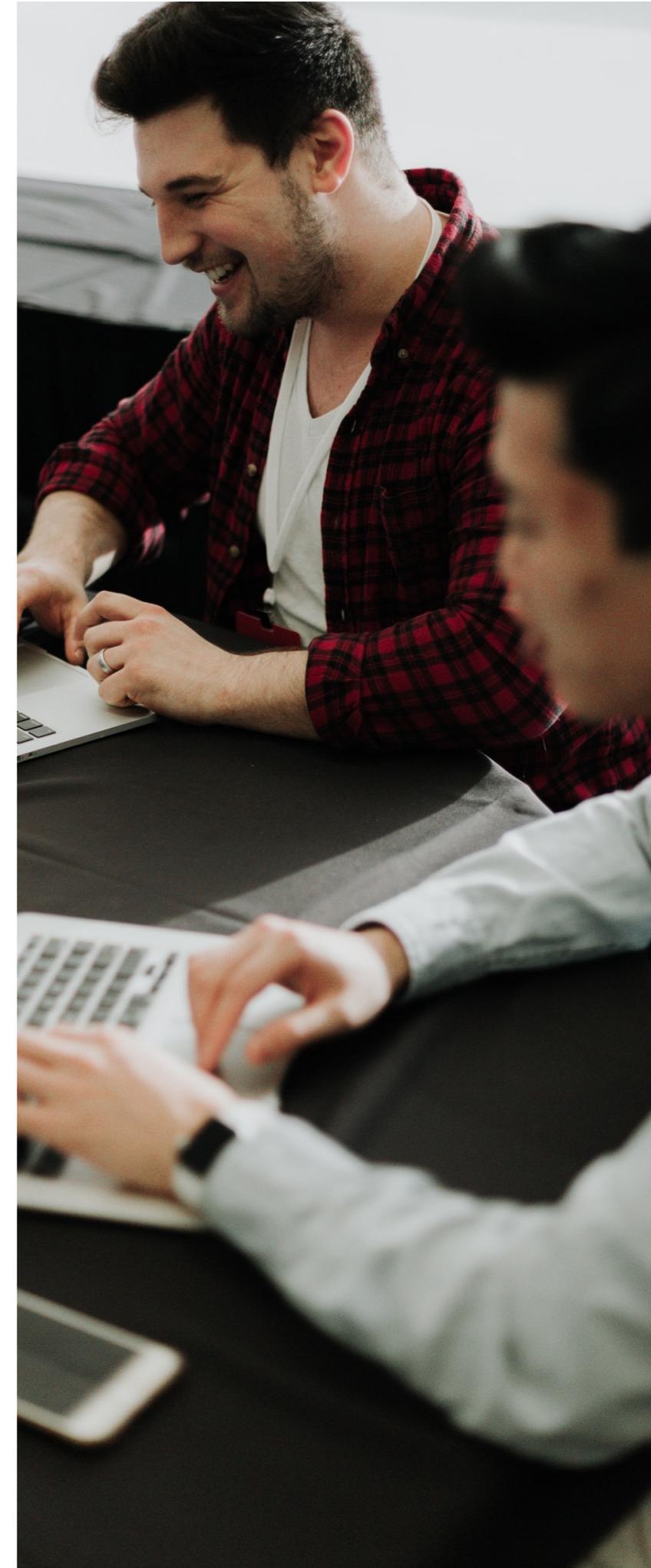
我们正在寻找一位精通文字的人士加入我们的博客团队。应聘者必须有良好写作技巧和爱好，并对行业有全面的了解。博客作者将在所有博客内容中保持和发展公司的声音。

### 责任：

- 为我们的博客撰写各种主题的文章；
- 向其他撰稿人提供反馈，并编辑其他作者的内容；
- 优化搜索引擎和潜在客户开发的内容；
- 为电子书等长篇内容项目做出创作；
- 开展分析项目，以改进博客战略/策略；
- 增加博客订阅者，扩大整个博客的覆盖范围；

### 要求：

- 对行业和企业使命的热情和强烈理解；
- 具有卓越的写作和编辑技能，以及采用我们企业各种类型内容的风格、语调和声音的能力；
- 分析能力强，有兴趣使用数据优化/扩展博客营销策略和策略；
- 优秀的组织能力，能够独立工作并管理多个项目；
- 2至3年营销和内容创作经验；



# 创意、活动、公关和 相关营销传播角色

## 品牌和口碑副总裁

品牌和口碑副总裁向首席营销官报告，将领导一个由创意、公关和传播专家组成的团队，并拥有所有品牌接触点。将打造和维护公司品牌，包括信息传递、语气、设计以及公共和分析师关系。目标包括：提高知名度，推动活动参与，通过公关和具有影响力的人士关系影响公众舆论。

### 责任：

- 领导和管理团队，负责讲述公司故事；
- 通过非凡的创意、与有影响力的人建立关系，以及举办行业内最引人注目的活动，打造品牌影响力；
- 自有品牌定位和信息传递；
- 为识别和接触媒体、分析师和影响者提供战略指导；
- 为品牌级视频、网络平面设计项目提供创意指导；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有丰富的营销经验，具有监督创意团队和/或公共关系和媒体外联专家的经验；
- 具有优秀的书面和口头沟通能力的领导经验；
- 由创造性直觉驱动，但能够用数据进行直觉检查和过程纠正，以及报告结果和使用数据进行优化；
- 优秀的设计和排版能力，能够向创意团队提供项目建设性反馈；
- 有其他创意学科经验者优先（如视频、活动、前端、音频/视频等）；

## 创意总监

我们正在寻找一位创意领导者来指导我们品牌和自有资产背后的所有图形和网站设计、复制、视频、动画、摄影、促销资产等。您带领一支有创造力的队伍，可以跨多个团队工作，了解日常项目管理的细微差别。此外，您可以轻松地将概念传达给所有利益相关方，以传播理念。

### 责任：

- 发展并确保公司品牌和品牌指南的一致性和完整性；
- 领导所有设计和文案撰写；
- 管理按时生产和负责完成这些最后期限的团队；
- 创建并改进公司的创意团队及其工作流程，以建立一流的运营；
- 每季度与公司领导、营销团队和其他关键利益相关者就关键项目进行合作；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 在设计、项目管理和/或在内部或机构创意职位上有多年经验；
- HubSpot COS认证设计师。您将负责管理网站的所有响应性设计，包括产品页面和我们网站的买方阶段特定版本；
- 优秀的设计和排版能力，能够向创意团队提供项目建设性反馈；
- 优秀的沟通者，在传达设计最佳实践和项目细节/想法方面跨越公司的各个层面，包括管理团队；

## 平面设计师

平面设计师职位负责创建和维护我们的营销资产和内容，以支持产品和其他营销目标。从概念到执行，这位候选人将通过将我们的品牌带入生活并在我们所有的各个接触点保持一致来改善我们的用户体验。

### 责任：

- 与营销和产品营销团队合作，支持我们的网站设计和内容营销（博客、社交媒体资产等）；
- 利用您的专业知识和优秀设计，帮助团队带来设计和内容创作的新想法；
- 为我们的营销团队确定范围并创建模板，以提高他们在社交媒体、博客、电子邮件和其他渠道上发布的一些内容的效率；
- 根据需要管理其他设计需求，如演示文稿、标牌和展会宣传资料；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 曾任内部设计师或营销代理。我们需要申请这个职位的人士具有类似的工作经验；
- HubSpot内容优化系统的设计经验。该职位必须为我们的网络团队创造移动、平板和桌面友好的内容，并提供适合所有三个屏幕的用户体验；
- Adobe Creative Suite或类似技术方面的专家；
- 具有HTML、CSS和JavaScript知识优先；





## 视频专家

作为视频专家，您将担任摄影师/摄像师，在公司内外部拍摄、编辑和制作照片和视频。

### 责任：

- 根据项目要求，在现场和办公室捕捉工作室品质的视频；
- 拍摄和编辑内容以构建产品视频、招聘视频和/或案例研究视频库；
- 领导拍摄的所有技术设置，包括灯光、角度、麦克风的位置和类型，以及个人在摄像机上的定位（如适用）；
- 定期与创意团队、营销团队和高级管理层合作；
- 深入了解我们的品牌信息和基调，以视频和照片形式准确捕捉；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有电视/电影或其他角色操作视频和编辑设备的经验；
- 具有非常有创意的思想，可以有效地实施可视化和拍摄概念；
- 精通Final Cut Pro X、Adobe After Effects。有动态影像知识者优先；

## 意见影响者关系总监

我们正在寻找一位精通数字技术、经验丰富的营销人员来领导我们的影响力拓展和共同营销计划。应聘该职位的人员应具有非常高的创作自由度和知名度，需要具备多个领域的的能力，包括社交媒体营销、公关、活动策划诀窍、思想领导力、内容创建和关系管理。

### 责任：

- 识别并与我们中的杰出影响者和思想领袖建立关系。确保这些关系对公司和个人都有利；
- 参加相关活动，宣传公司使命，并找到志同道合的个人和公司，以配合未来的计划；
- 了解公司内部营销计划，尤其是重大公告、内容创建和活动；
- 将我们的内部内容创作与喜欢接收或想要贡献自己的外部影响者相匹配；
- 集思广益，以创新的方式与我们行业中有影响力的成员进行更紧密的合作，并作为营销团队其他成员的一种“资源”；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有多年数字营销和特定行业的经验；
- 对社交媒体营销和公司的行业有深入的专业知识；
- 优秀的书面和口头沟通能力，愿意尝试创造性的人际交往方式；
- 具有与高管和其他高层领导(包括媒体成员和顾问)合作的经验；



## 媒体与分析师关系经理

我们正在寻找一名媒体和分析师关系协调员，在公司的公共关系、企业沟通和内容创作中发挥不可或缺的作用。

### 责任：

- 与有影响力的媒体机构和记者联系，发布有关公司新闻和其他计划的报道；
- 协助活动规划，包括与供应商、活动协调员和设计团队合作制作现场宣传资料；
- 定期创建内容以扩大公司的影响力（新闻稿、公司公告和幻灯片等创意内容）；
- 与公司的知名成员（包括高管）合作，制作和宣传新闻稿和思想领袖专栏；
- 在为媒体和活动策划经理增加价值的基础上，在公司建立一种可持续的、战略性的公关方法，而不仅仅是要求；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 过去在公共关系、企业传播、内容营销或关系管理方面的经验；
- 擅长创作、编辑和推广书面和视觉内容；
- 在快节奏、快速变化的工作环境中工作和发展的能力；
- 应聘人应具有通过访客博客或专栏文章向外部推销、制作和放置内容的经验，并具有活动管理和赞助经验；

## 文案兼编辑总监

我们正在聘请一位编辑总监来完善和推进我们的编辑愿景和使命，并帮助规划、制作和分析我们创建的书面内容。这个角色将帮助建立我们的编辑日历和书面指南，以及确定内部和外部内容的来源。也可能会要求此人在我们的行业中创建一个自由职业者和主要影响者网络，格式化我们的内容，并进行在线编辑。

### 责任：

- 建立我们的编辑日历和书面指南；
- 确定内容创建的来源，包括内部和外部；
- 作为优秀作家，应符合我们公司的基调和使命。应写出干净、简洁、经润色的文案；
- 编辑队友制作的内容，包括在发布之前对项目进行概念化和复制编辑；
- 了解最新的行业趋势和客户挑战，以构建更有效的编辑日历；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有为媒体出版物或营销团队管理编辑的经验；
- 精通HubSpot的内容优化系统（COS）及其内容调度、发布和优化功能；
- 应对细节的高度关注，包括行编辑、复制，以及内容风格和色调的一致性；



## 活动策划人

我们正在寻找一位优秀的活动策划人加入我们的营销团队。该人士将是我们为潜在客户和客户举办的所有线上和线下活动的创意领导者。主要重点包括执行年度计划，确保活动参与者的成长和幸福感。

### 责任：

- 为所有活动创建详细的提案，包括时间表、场馆、供应商、人员配置和预算；
- 为每项活动确定并确保演讲者、特邀嘉宾和/或娱乐活动的安全；
- 与所有内部和外部利益相关者协调；
- 计划活动布局和议程；
- 为我们的与会者和客人提供出色的支持；
- 与营销团队合作推广活动并销售门票和/或商品；
- 分析每项活动的成功，对与会者的体验提出创造性的新改进；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有活动策划和管理经验，包括演讲者外展和供应商关系；
- 出色的谈判者，善于提供出色的客户支持；
- 其他面向服务的角色的工作知识，包括空间管理、音频/视频、装饰和娱乐、标牌、住房和演讲者管理；
- 出色的沟通者，高度关注细节和组织技能；

## 外展和合作伙伴经理

我们正在寻找一位充满激情、才华横溢的候选人来填补我们营销组织中的关键职位。应聘者应该是一名优秀的关系经理，有能力销售、谈判，并使我们的公司目标与潜在合作伙伴的目标保持一致。利用这些能力，您将与优质合作伙伴建立长期关系，双方将从合作中受益。

### 责任：

- 为合作伙伴外展和关系管理创建系统的、流程驱动的方法；
- 与高级管理层和其他营销团队合作，使我们的内部目标与新的和现有的合作伙伴关系保持一致；
- 在与我们的组织合作时为我们的合作伙伴提供出色的体验——您将代表我们的品牌并成为我们合作伙伴的内部联络人；
- 与合作伙伴一起预测、衡量和报告各种项目的结果，包括共同创建和/或联合品牌内容促销、潜在客户共享和/或活动合作伙伴关系；
- 建立正确的流程来吸引和审查新合作伙伴，同时保持和加深与现有合作伙伴的关系；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 在为产品分销、潜在客户或创收以及其他战略举措而开发和管理合作伙伴关系方面具有很强的能力；
- 有销售、市场营销和/或客户管理经验者优先；
- 优秀的沟通者，具有良好的书面和口头沟通能力，高度关注细节和组织能力；



# 客户需求 and 引导的角色生成

## 营销副总裁

营销副总裁向首席营销官报告，将领导一个团队，负责需求生成和营销渠道优化。使用集客式营销策略，如搜索引擎优化、社交媒体、登录页面转换测试、在线广告和电子邮件营销，您将增加我们的数据库和公司整体收入。您团队的其他部门可能包括营销运营、渠道营销和客户营销。

### 责任：

- 领导营销团队，推动关键业务指标，包括潜在客户、市场合格潜客、客户关系管理和商机；
- 通过招聘和培训促进团队成长；
- 通过分析历史营销数据制定团队战略；
- 拥有与销售的关系，并在营销和销售之间建立强有力的沟通和服务水平协议（SLA）；
- 预测并向高级管理层展示，帮助首席营销官取得更成功的营销；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 需要知名营销人员，在写博客、撰写思想领袖文章、演讲以及在社交媒体上扩大个人受众方面具有丰富经验；
- 具有优秀的书面和口头沟通能力的领导经验；
- 端到端入集客式营销专家，精通包括HubSpot的智能内容、智能列表和其他生命周期阶段优化策略。作为营销渠道的所有者，您必须知道什么能带来客户；
- 您必须具有分析能力，能够从数据中提取有用信息，并利用这些信息优化团队的工作方法和公司的预测；



## 集客营销经理

我们正在寻找一位出色的、数据驱动的入境营销人员，以管控我们公司的大部分营销渠道。负责吸引网站流量，将该流量转化为业务的新潜在客户，并将这些潜在客户转化为客户，销售领导将帮助您实现这些目标。

### 责任：

- 构建和管理丰富的内容/编辑日历，吸引特定的观众访问我们的自有内容信息（包括博客帖子、白皮书、电子书、报告、网络研讨会、信息图表等）；
- 通过运用呼吁性的文字、登陆页面和潜在客户生成内容（包括优惠）转换网站流量，增加新的潜在客户，包括营销特定潜在客户；
- 通过电子邮件、内容和社交渠道优化营销自动化和领导培养流程；
- 与销售人员建立闭环分析，以了解我们的集客营销活动如何转化为客户，并不断完善我们的流程以转化客户；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有市场营销经验者优先；
- 具有优秀的沟通和创造性思考，能够使用数据为所有决策提供信息；
- 熟练掌握HubSpot的营销自动化和博客软件功能，以便产生流量，将访问者转化为潜在客户，然后将他们（使用动态工作流）培养为客户；
- 额外技能：HTML/CSS、Adobe创意套件；

## 渠道营销经理

应聘该职位的人员将是负责为我们的渠道合作伙伴（经销商）开发新项目团队，是我们不可或缺的一员。我们正在寻找一位优秀的集客营销人员，以构建和执行旨在提高渠道合作伙伴业绩的计划，为他们提供成功所需的材料。

### 责任：

- 管理所有渠道营销沟通（通讯、网络研讨会、产品通知等）；
- 优化和实验，以改进我们公司和渠道合作伙伴都关心的关键指标；
- 创建博客内容和其他有用的资源，为渠道合作伙伴提供成功所需的一切；
- 与其他营销团队合作，确保我们的渠道合作伙伴在我们的每个项目和活动中都得到考虑；
- 跟踪所有渠道营销项目的效率，并随后与其他营销人员和销售经理一起讨论结果。这包括在内部与渠道合作伙伴的客户经理紧密配合，以确保一致性；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有丰富营销经验，特别是有涉及经销商的经验；
- 熟练使用HubSpot的电子邮件应用程序来细分合作伙伴，以及测试主题，并提高重要通信的递送、打开率和点击率；
- 具有优秀的人际交往能力。您将与其他商业专业人士合作，并希望向我们的合作伙伴传达我们产品和计划的价值以及我们公司的文化和信仰；
- 能够首先考虑流程和规模，以便与多个合作伙伴共同有效地协同工作；



## 社交媒体经理

我们正在寻找一位社交媒体经理，以增加我们的追随者，吸引和留住他们，并帮助他们成为我们公司的潜在客户、客户和活跃粉丝和推广者。该经理应该掌握社交媒体营销的最佳实践和趋势，享受创意，并了解如何建立和转化在线受众。

### 责任：

- 建立和管理公司的社交媒体档案和产品，包括Facebook、Twitter、LinkedIn、Google+、Pinterest以及潜在的其他渠道（Snapchat、Instagram、Vine等）；
- 创建适合特定网络的可共享内容，以传播我们的品牌以及我们的内容和链接；
- 倾听并参与有关我们公司、竞争对手和/或行业的相关社会讨论，既来自现有客户和潜在客户，也来自尚未了解我们的全新受众；
- 定期开展社交推广和活动，跟踪其成功情况，从Twitter聊天、Google+聊天、LinkedIn对话，以及通过这些渠道和其他渠道发布的内容和链接；
- 与其他营销人员和内容制作人合作，帮助分发教育和娱乐观众的内容；
- 从我们的社交网络中获取一致、相关的流量和线索；
- 探索新的参与方式和新的社交网络，以接触我们的目标买家；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 在社交媒体上具有活跃、全面的个人形象，掌握每个网络及其最佳实践；
- 优秀的沟通者和创造性思考者，能够利用数据和直觉为决策提供信息；
- 熟练使用HubSpot的社交收件箱，按周期阶段细分推特关注者，并相应参与。将成为我们的监督员，引导适当的营销人员、销售代表和/或支持代表进行社交对话；
- 额外的经验和技能包括Adobe创意套件、需求生成营销、集客营销和博客；

## 电子邮件营销经理

我们正在招聘一位电子邮件营销经理，尽可能地为我们的联系人列表提供最大的支持——全面攻击和垃圾邮件的时代已经结束。取而代之的是，我们希望您了解正确的培养途径，以提供增值，并以一种让人感觉人性化的方式推动我们的销售线索。我们还需要您了解正确内容类型，以便在恰当的时间发送给特定的人，以培养潜在客户，并促进内容驱动电子邮件的共享和转发。

### 责任：

- 管理和构建各种电子邮件列表和活动，包括设计模板、行动要求和电子邮件发送中使用的内容；
- 基于过去的电子邮件参与和网站互动（内容下载、网站页面访问等）等行为的细分列表；
- 测量结果并优化这些细分市场的培育，以将潜在客户转化为客户；
- 努力减少列表衰减和取消订阅，同时提高电子邮件发送的效率；
- 为通过电子邮件成功的流程、对照试验和促销制定文档和路线图。

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有在电子邮件营销、潜在客户培养、营销自动化和/或网络分析方面的经验；
- 熟练使用HubSpot智能列表和营销自动化技术；
- 高度分析能力，能够通过对照测试和电子邮件优化从数据中得出相关结论；
- 优秀的写作和沟通能力（书面和口头形式）。



## 转换优化专家

我们正在寻找一位有才华的转换优化专家来管理营销渠道中各种转换点的所有测试、分析和改进。此人负责提高站点流量转化为潜在客户和潜在客户的速率。

### 责任：

- 管理营销渠道中的关键转换点，包括登录页面、行动号召（CTA）和潜在客户生成表单。
- 对照测试并持续测量这些转换资产的性能；
- 与特定渠道的标记（博客、电子邮件、社交媒体等）合作，以优化每个转换路径；
- 优化我们的营销转化路径和整体比率，并为我们的销售团队提供符合营销要求的潜在客户；
- 优化潜在客户转化率，提高渠道营销效率；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有在网络分析、对照测试和集客户营销策略方面的经验；
- 熟练使用HubSpot智能CTA和智能表单功能，为周期阶段进行优化，并逐步分析我们的潜在客户；
- 具有极强的分析能力，能够通过测试和优化从数据中得出意义；
- 优秀的写作和沟通能力（书面和口头形式）；

## 搜索引擎优化经理

我们正在招聘一位优秀的搜索引擎优化经理加入营销团队。您将负责识别和执行机会，以提高我们公司和我们的内容在营销渠道顶部、中部和底部（品牌）的关键词搜索排名。

### 责任：

- 管理公司的现场和非现场搜索引擎优化；
- 与内容营销和博客作者合作，围绕重要、相关的术语创建高质量的内容；
- 根据网站印象、点击率、流量和转化率管理有机搜索引擎性能和目标设置；
- 了解搜索引擎优化和主要搜索引擎的最新趋势和变化；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 全面了解搜索排名和优化因素以及关键算法更新；
- 精通HubSpot网站分析和关键词工具；
- 有数据驱动的搜索引擎优化分析和优化经验；
- 优秀的书面和口头沟通能力；





## 营销黑客

我们聘请了一位优秀的黑客，为我们的团队和观众构建营销工具和应用程序，并确定有创意的新解决方案，帮助我们成长。该角色将前端web开发的技术知识与营销、最佳实践和测试结合起来。

### 责任：

- 在适当的情况下开发和实施前端web代码，以启动交互式工具和应用程序，从而使营销团队的目标受益；
- 与特定渠道的营销团队（博客、电子邮件、社交媒体等）合作，确定增长领域；
- 提出创造性的新项目，从构建免费工具和应用程序以吸引潜在客户并转换潜在客户，到测试现有需求的新方法；
- 衡量和优化这些项目，报告结果，并根据数据提出改进的运营方式；
- 了解用户界面/用户体验和数字营销的最新趋势和变化；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 熟悉搜索排名和优化因素以及关键算法更新；
- 熟练掌握HTML5、CSS3、JavaScript和jQuery的工作知识；
- 熟悉UI/UX最佳实践领域的专业知识，应聘人应善于解决问题，开发的一切都是为了改善我们网站的体验和推动行动；
- 精通HubSpot web分析和对照测试工具；

## 中心营销交付代表

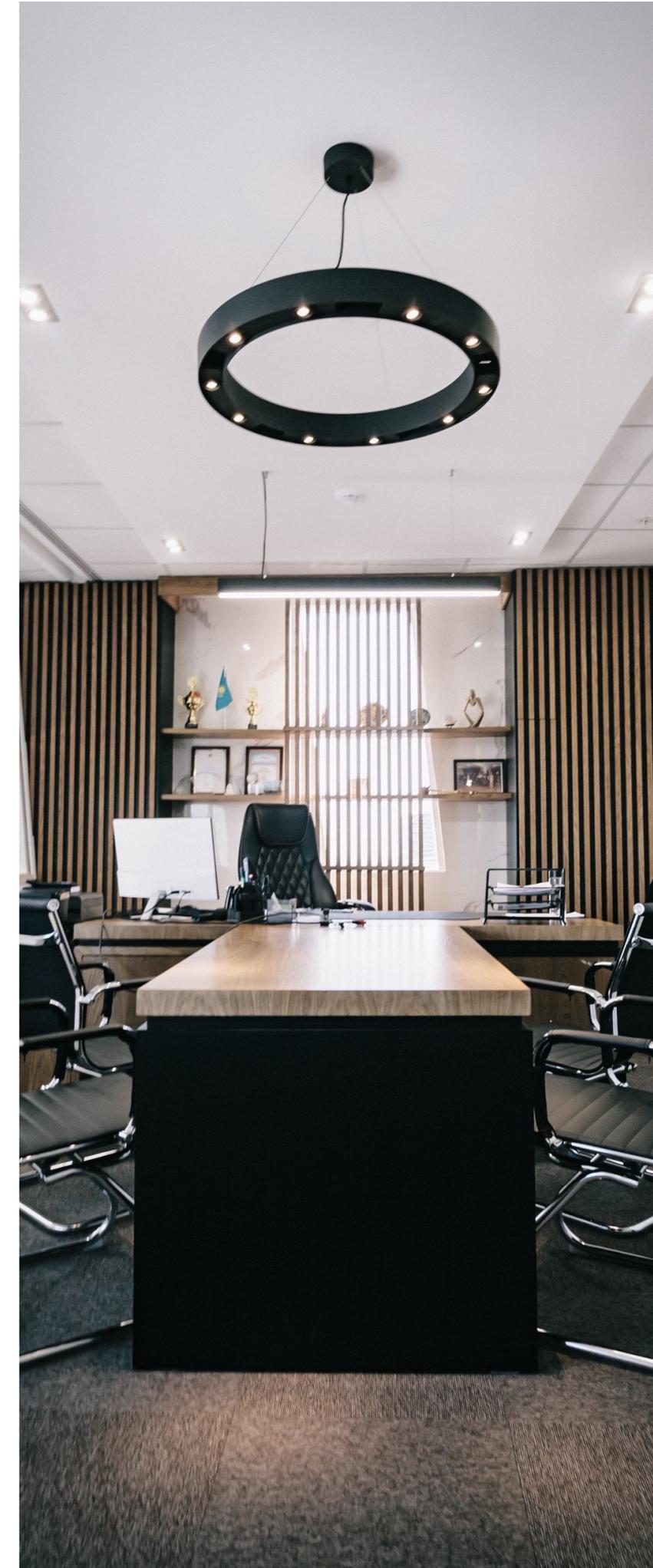
我们正在雇用一名营销团队代表在当地运营市场，并向中心团队的营销运营小组报告。该职位确保提供各种技术，产品和计划，以使我们公司的整体成功。

### 责任：

- 确保市场上所有指定项目的交付，包括营销自动化和核心工具；
- 作为一系列项目交付和支持服务的单一负责人；
- 持续改进交付过程和成本；
- 与中心营销团队（特别是营销运营部门）合作，跟踪、报告、分析和上报日常工作执行情况；

### 要求：

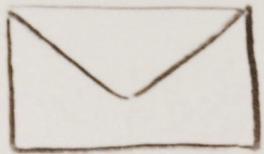
- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 优秀的口头和书面沟通能力；
- 能够同时处理多个项目；
- 有市场营销、客户支持和/或IT经验者优先；



flow Strate

abandons cart

1 hr. delay



left car

1 day delay



No purch



1 day

## 付费营销经理

我们正在寻找一名付费营销经理，通过在线点击付费和收购活动帮助获得新的潜在客户和客户。该经理将负责所有外部、在线收购营销，管理跨渠道的战略、执行和优化。

### 责任：

- 管理和设置所有付费活动的策略；
- 使用特定于供应商的总结性表格、Google Analytics和HubSpot登录页面来源报告来衡量和优化我们的付费营销；
- 与新供应商建立研究和测试伙伴关系，以扩大我们的覆盖范围和/或降低每次收购的成本。
- 与营销团队合作，在所有付费项目中保持品牌、声音和信息的一致；
- 为我们的内容制作登陆页和潜在客户表单，以便通过相关付费计划进行分发；
- 随时了解数字营销趋势和潜在的新渠道和战略，以保持我们的领先地位，包括社交媒体营销、归因和计划媒体采购的更新；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 深入了解各种付费营销渠道和技术，包括付费搜索、重定向、社交网络广告（Facebook、Twitter、LinkedIn、Pinterest等），以及Outbrain和Taboola等内容分发和网络设置；
- 具有优秀的沟通，销售和说服能力。您将管理与供应商的所有关系，并确保我们获得最有效的成本；
- 具有处理营销预算和预测/报告结果的经验；

## 区域现场营销经理

现场营销经理负责通过多种营销渠道在其指定区域内产生需求和潜在客户，包括集客营销策略，如电子邮件和社交媒体、付费广告和活动。该经理将与区域销售经理和代表密切合作，为您所在地区的潜在客户和客户建立成功、可持续的渠道。

### 责任：

- 根据公司的整体营销战略，制定特定区域的营销计划；
- 使用数据优化每个营销接触点，包括培育社交媒体和博客等顶部渠道、电子邮件等中间渠道以及与销售团等底部渠道；
- 计划和举办线下活动，以加深与客户的关系并吸引当地潜在客户；
- 支持整个营销团队的目标和计划，确保其在您所在地区取得成功；
- 根据需要协助区域销售经理，包括提高本地/区域的品牌知名度和推动潜在客户；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 在数字营销策略方面有很强的能力，有规划和/或在地方活动中发言的经验；
- 具有优秀的沟通和创造性思考能力，能够使用数据为所有决策提供信息；
- 精通HubSpot的营销自动化和分析功能；
- 非常注重细节和项目管理技能。需要将几个计划平衡在一起；



## 营销经理，培育潜在客户

我们正在寻找一位优秀的营销经理，专注于潜在客户培养，并享受将销售转化为客户满意的过程。您将负责了解哪些活动增加了我们数据库中的客户生成，并使用集客营销策略（如电子邮件和社交媒体）通过内容、资源和其他行动呼吁来增加价值。您的目标是将感兴趣的合格潜在客户成功转化为客户。

### 责任：

- 分析并解释哪些行为和模式使客户获得成功并更有可能被公司保留；
- 通过各种有用的内容和其他行动呼吁，制定培育潜在客户的战略；
- 寻找培养客户的新方法，包括但不限于电子邮件、社交媒体、博客和活动等渠道；
- 创建并实施有助于提高客户转化率的新项目和创意；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 应是HubSpot营销自动化和智能列表优化专家，从而构建和优化正确的培育轨道；
- 有使用 HubSpot Social Inbox 在推特上识别和培养客户的经验优先；
- 精通所有营销策略，不仅仅是电子邮件。
- 优秀的书面和口头沟通能力，有能力使沟通与公司的基调保持一致；



# 运营

## 市场运营分析师

作为营销运营分析师，致力于创建可扩展的流程，以确保潜在客户开发和数据库管理方面的最佳实践。还将进行复杂的数据分析，这些数据将用于为公司利益相关者的战略决策提供信息。将在快节奏的环境中工作，同时管理多个项目，涉及整个公司的利益相关方。

### 责任：

- 具有管理用于生成、分发和报告潜在客户的关键营销系统（营销自动化、CRM）的技术方面的经验；
- 建立和维护可扩展的流程，确保活动和潜在客户管理的最佳实践；
- 创建和维护关于营销和销售活动、有效性和业务影响的指标报告；
- 分析营销和销售数据，以形成意见，并就优化领域提出建议；
- 监控和维护营销数据库中的数据质量；
- 评估新技术和附加应用程序，以改进和优化营销团队绩效；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有较强的分析能力（包括掌握Microsoft Excel）和报告和数据分析经验；
- 精通营销自动化系统（如HubSpot），并可将这些系统与其他技术结合起来；
- 能够在快节奏环境中同时管理多个项目；
- 技术能力强，沟通能力强，并渴望改进流程；



## 数据科学家

我们正在寻找一位具有技术和统计知识的高级人才。这个职位结合了数据驱动的方法和专业知识，应聘人应具有发现新的测试和实验机会的能力；应聘人还应该对以数据核心的内容极为敏感，包括博客帖子、报告、可视化数据等。简而言之，应聘人应是一个热爱数据和优化的“黑客”。

### 责任：

- 围绕我们的网站和各种营销触点设计和实施统计测试，并验证它们的重要性和整体影响；
- 与营销团队成员、产品经理和其他关键利益相关者合作，运用您所学到的知识；
- 记录所有研究和发现。您将建立公司的专有知识，发掘新的增长机会和更有效的运营方式；
- 找出问题并尝试解决问题的最佳方法，然后实施；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 应具有较强的分析、统计或数学建模能力；
- 应具备优秀的演讲技巧。您可以放心地使用数据为您的成员带来新机会和最佳实践，以改进我们的运营和发展方式；
- 具有极强的好奇心和怀疑态度，帮助你进行改进实验和测试；
- 具有前端开发专家经验优先；

## 营销分析总监

该营销分析总监确保我们的营销部门基于数据而非假设做出明智的决策，并且应经过适当测试。将负责收集和分析数据，提出建议，并确保进行适当调整以改进我们的营销。

### 责任：

- 监控并向团队成员报告各种营销渠道和活动的绩效；
- 创建可扩展、创新的方法来提取、管理和分析客户的数据；
- 根据客户行为数据和其他情况，定期向我们的博客和其他渠道提供数据驱动的内容；
- 与一线营销人员和高管合作，准确预测和制定正确的战略、活动，以及要运行的测试；
- 为分析架构、各种预测模型和跨市场的高效工作流程制定愿景；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 具有分析技术、统计建模和网络分析技术方面的经验；
- 能够从数据中提取有意义的数据并给出建议行动，而不仅仅是报告指标；
- 与数据驱动型或更专业的团队成员合作时应具有出色的沟通技巧；
- 至少是HubSpot分析、Microsoft Excel和Google分析方面的专家；
- 深入了解与网络相关的行为和趋势，并有能力对此进行优化；

## 数据库营销经理

我们正在招聘一名数据库营销经理，负责多个营销技术系统的管理流程，应支持营销团队的整体运营。该经理将致力于创建可扩展的流程，以确保在潜在客户培养、数据库管理和分析方面的最佳实践。还将进行复杂的数据分析，并创建命名规则，以提高我们的效率和重点，并为我们的战略提供信息。

### 责任：

- 管理关键营销系统的技术方面（营销自动化、CRM、数据服务和这些系统中的管理流程）；
- 建立和维护可扩展的流程，确保活动和潜在客户管理的最佳实践；
- 创建和维护营销和销售活动的指标报告，详细说明其有效性和业务影响；
- 分析营销和销售数据以形成洞察力并就优化领域提出建议；
- 监控和维护营销数据库中的数据质量；
- 评估新技术和附加应用程序，以改进和优化营销团队绩效；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 较强的分析能力（包括掌握Microsoft Excel）和报告和数据分析经验；
- 精通营销自动化系统（如HubSpot），并将这些系统与其他技术结合起来；
- 能够在快节奏环境中同时管理多个项目；
- 技术能力强，具有优秀的沟通技巧，并希望改进流程；

## 客户情报经理

我们正在寻求一种数据驱动的营销思维，以使我们的公司和产品专注于客户并在竞争中领先。

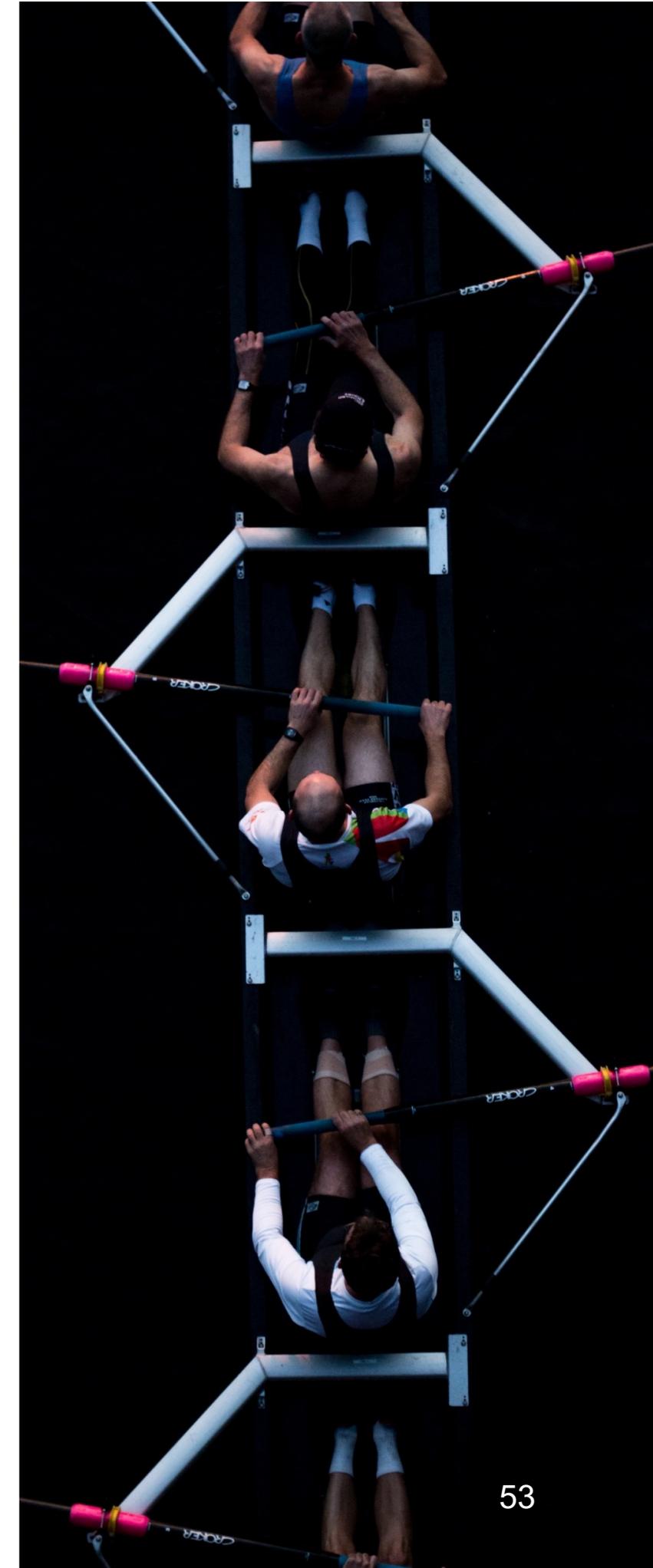
将进行竞争研究，帮助我们了解买家，使客户从陌生到感到满意，提高客户的满意度，以促进我们事业。您还将通过与内部利益相关者（包括销售、支持和其他营销团队成员）以及外部合作伙伴（如产品评论网站和客户群）合作，帮助我们保持竞争优势。

### 责任：

- 定期对我们行业的其他产品和服务进行竞争研究；
- 精心设计客户调查以收集数据和见解；
- 告知营销、销售和客户服务团队我们的客户行为以及购买偏好和模式；
- 进行买家研究，并帮助我们的团队相应地优化我们的网站、营销接触点和销售方法；
- 作为产品评论网站和博客的内部联络点；
- 参加活动并与客户互动，以进一步了解我们可以为他们解决的问题和挑战；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 较强的分析能力（包括掌握Microsoft Excel）和报告及数据分析经验；
- 精通HubSpot的营销自动化、网络分析和智能属性功能，以优化我们的方法，帮助我们了解买家；
- 有进行研究报告的经验，包括方法、调查写作和实践，以及撰写报告和研究；
- 善于进行销售、独特的卖点和产品营销——这一角色必须帮助我们在竞争中保持差异；



## 培训和拓展专家

我们正在聘请一位精力充沛的专家来培训、支持、指导和发展我们营销团队的新成员和现有成员。您不仅要在新员工的提升期进行监督，还将确保我们现有营销团队的持续增长和知识基础，该角色需要很高的创造自由度，是整个部门的资源。

### 责任：

- 为新员工和现有员工设计、改进、记录和交付培训模块；
- 领导新员工的初始培训，领导新员工的初步培训，从了解我们的公司文化到具体工作和行业知识；
- 与高级管理层密切合作，根据我们一线员工和行业面临的现实情况推出新的学习计划；
- 实施和改进内部流程，以获取和参加学习课程并发展职业，包括一对一课程以及来自同行和经理的定期反馈；
- 寻找新的、创造性的方法来交付现有材料，并开发新的、高效的培训理念；
- 了解企业学习的最新趋势、技术和方法；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 出色的书面和口头表达和沟通技巧，喜欢向团体展示；
- 能够以一对一和小组形式向员工表达并提供建设性的反馈；
- 自信、外向，并且有因势利导的特点；
- 出色的组织能力，能够协调给定项目或会议的多个部分；

# 增加销售、续订和减少流失

## 客户营销经理

我们正在招聘一位优秀的、以数据驱动的营销人员，专注于我们现有客户的成功和成长。您将成为我们客户在公司内部的最大粉丝，开展宣传活动，以提高他们对我们产品的使用频率，使用我们的产品可使客户取得成功。此外，您还应让他们了解我们最新的策略和功能。

### 责任：

- 计划和执行以产品采用和现有客户的整体成功为重点的营销策略；
- 衡量这些活动的成功，并根据结果数据优化您的方法；
- 通过客户通讯、以客户为中心的内容、社交媒体等，向我们的客户群宣传我们的产品及其优势；
- 在公司内部倡导团队为客户解决问题，你是他们在公司的最大粉丝，理解他们的成功和幸福意味着我们的成功和快乐。

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 有在通信、营销、分析或相关领域的经验；
- 精通 HubSpot 的“智能内容”功能，为客户定制我们的营销触点——特别是用于通过营销自动化进行交流的网站 CTA 和列表；
- 强大的写作和内容创作能力（包括博客帖子、电子书和其他面向客户的资源）；
- 对良好的产品营销和产品用户界面敏感，并能够以客户能够理解的方式进行表达；



## 保留客户和培养流程

我们正在寻找一名优秀的营销人才，专注于客户保留，并采用的一些途径改进产品和功能。您将负责了解哪些活动可以提高客户保留率，并将其与公司内部优先事项保持一致，从而使我们的客户受益。您的目标是通过电子邮件、社交和内容等渠道为现有客户增加更多价值，同时确保我们的客户的满意度和成功。

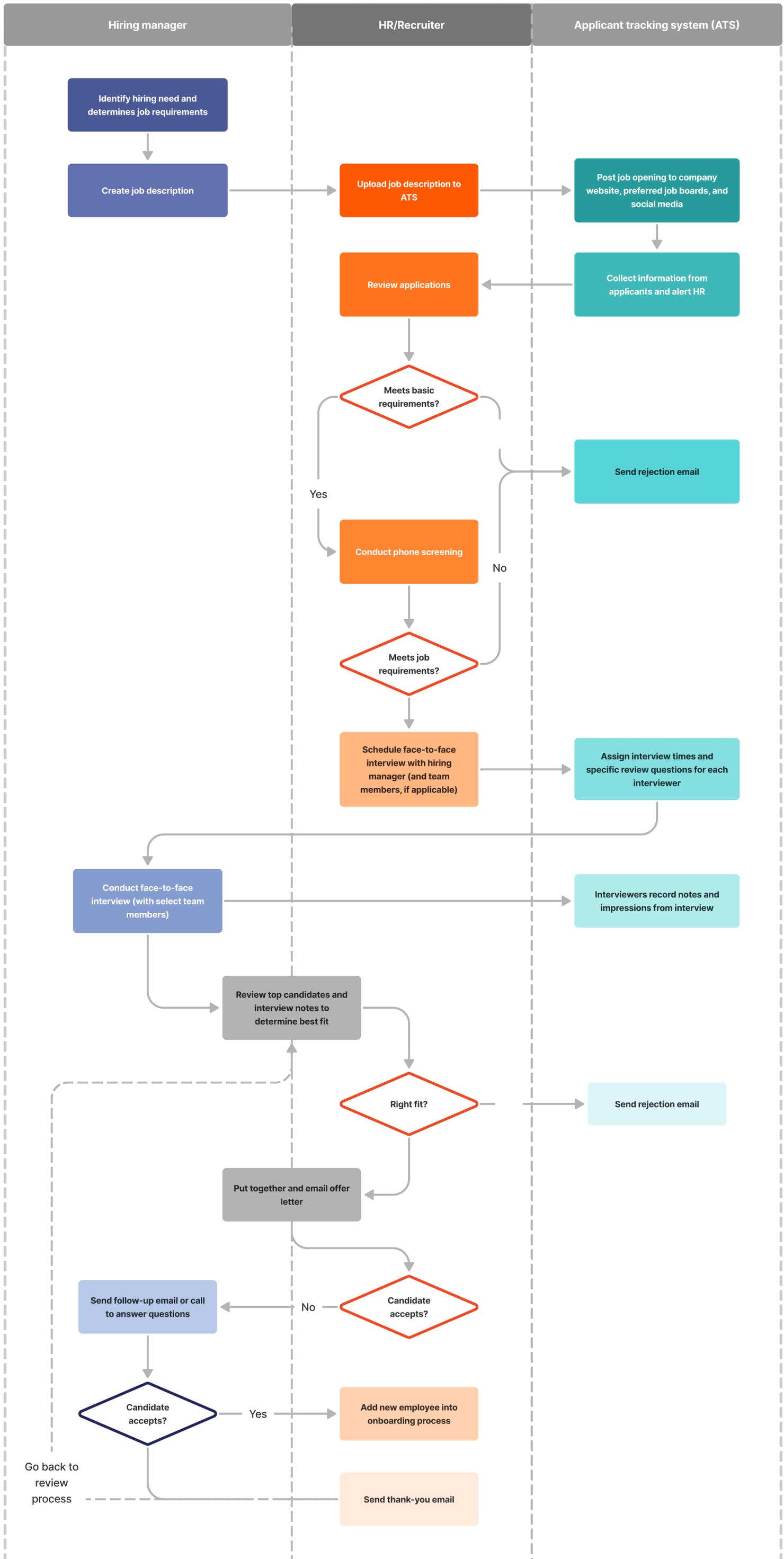
### 责任：

- 分析和解释哪些行为和模式使客户成功并更有可能被公司采用；
- 最大化利用这些成功的方法，并运行测试以改进这些方法；
- 寻找新的机会来努力、支持并最终留住公司的客户；
- 制定战略更好地培养我们的客户，让他们采取公司希望的行动，并确保这些行动（产品采用、活动注册、培训等）实际上符合我们客户的最大利益；
- 创建和实施新项目并开发有助于提高客户成功的创意，从客户内容、沟通到我们的方法，再到营销自动化；

### 要求：

- 文理科学士学位或同等工作经验；
- 应是HubSpot营销自动化和智能列表优化专家，构建和优化正确的培育方式；
- 有使用HubSpot社交收件箱识别和培育推特客户的经验者优先；
- 精通所有营销策略，不仅仅是电子邮件；
- 优秀的写作和沟通能力，能够使沟通与公司的基本基调保持一致；

# Suggested Recruiting Process



# 参考资料

---

<http://blog.hubspot.com/marketing/how-to-structure-marketing-team>

<http://smallbiztrends.com/2014/12/building-your-marketing-team.html>

<http://www.inc.com/guides/2010/10/tips-and-tools-for-building-a-marketing-team.html>

<http://www.hanleywood.com/>

<http://www.insidesales.com/>

<http://www.pewinternet.org/2013/09/19/cell-phone-activities-2013/>

<https://www.experiencedynamics.com/blog/2015/03/30-ux-statistics-you-should-not-ignore-infographic>

<http://googlemobileads.blogspot.com/2012/09/mobile-friendly-sites-turn-visitors.html>

[http://www.cmo.com/articles/2015/1/6/15\\_stats\\_marketing\\_ROI.html](http://www.cmo.com/articles/2015/1/6/15_stats_marketing_ROI.html)

<http://www.marketo.com/infographics/content-marketing-vs-traditional-advertising/>

<http://www.imaginepub.com/53-b2b-content-marketing-stats-you-should-know-in-2015>

<http://www.slideshare.net/NewsCred/50-best-stats-presentation>

<http://www.cmo.com/articles/2015/7/22/15-mind-blowing-stats-about-content-marketing.html>

<http://www.forbes.com/sites/sujanpatel/2015/06/24/how-businesses-should-be-using-social-media-in-2015/>

<http://searchengineland.com/ctr-ranking-factor-227162>

<https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0>

<https://www.act-on.com/whitepaper/introduction-to-sales-and-marketing-alignment/>

<http://www.emailmonday.com/marketing-automation-statistics-overview>

<http://www.mintel.com/press-centre/social-and-lifestyle/seven-in-10-americans-look-out-opinions-before-making-purchases>

<http://www.simplypsychology.org/maslow.html>

<http://smallbusiness.chron.com/hierarchy-needs-employees-20121.html>

<http://www.mondo.com/top5digitalmarketingjobs/>

<http://www.analyticsseo.com/blog/seo-click-through-rate/>

Happiness in the workplace aka public happiness  
(see philosophies of Thomas Jefferson & John Adams)

[http://www.huffingtonpost.com/harry-boyte/public-happiness-education\\_b\\_4866355.html](http://www.huffingtonpost.com/harry-boyte/public-happiness-education_b_4866355.html)

<http://www.frieze.com/issue/review/the-pursuit-of-public-happiness/>

<http://www.leibniz-translations.com/happiness.htm>

PRESENTED BY

SAILING MARKETING INC



---

## CONTACT

### ADDRESS

SAILING MARKETING INC  
555 WEST 5TH STREET, 35TH FLOOR  
LOS ANGELES CA 90013 USA

### ONLINE

WEBSITE: [WWW.SAILINGMARKETING.US](http://WWW.SAILINGMARKETING.US)