Materiał prasowy, 22.04.2024 r.

**Podnoszenie kwalifikacji w digital marketingu, czyli jak być konkurencyjnym na rynku pracy w 2024 roku?**

**Krajobraz digtial marketingu z roku na rok dynamicznie się zmienia. Trendy, strategie czy technologia również nie pozostają w stagnacji. Dlatego m.in. stałe podnoszenie swoich umiejętności, udział w szkoleniach i konferencjach branżowych, bycie na bieżąco z najnowszymi raportami są „must have” na rynku pracy. Szczególnie w obliczu zmian zachodzących w wyniku rozwoju AI. Według Raport FutureÒ 2024 aż 45 proc. badanych wskazało na „branżowe kompetencje specjalistyczne” jako te najbardziej pożądane wśród kandydatów. Z kolei kompetencje cyfrowe i specjalistyczne znalazły się także w TOP 5 kompetencji przyszłości[[1]](#footnote-1). Zatem certyfikacja marketingowa staje się nie tylko przepustką do bycia konkurencyjnym na rynku pracy, pozwala potwierdzić nabytą wiedzę, ale i lepiej działać w biznesie.**

Branża digital marketingu idzie ramię w ramię z rozwojem technologicznym, a ciągła zmiana jest wpisana w jej DNA. Najbardziej poszukiwani obecnie marketerzy to ci, którzy sprawnie łączą aktualizowaną na bieżąco wiedzę z doświadczeniem, a w weryfikacji tych umiejętności może pomóc np. [**międzynarodowy standard kwalifikacji digital marketingowych DIMAQ**](https://dimaq.pl/). Pozwala on zarówno na podnoszenie nabytych już kompetencji, jak i zyskaniu tych nowych, niezbędnych w marketingu i biznesie.

- *Nasz program certyfikacyjny jest jedynym takim programem dostępnym na rynku, który definiuje niezbędny poziom wiedzy i kwalifikacji specjalistów z obszaru marketingu cyfrowego i pozwala na jego porównywanie oraz aktualizowanie. A to duża wartość zarówno dla samych pracowników, jak i pracodawców. W tym roku IAB Polska obchodzi 25-lecie swojego istnienia i obserwując rynek przez ten czas, widzimy, jak - szczególnie w ostatnich latach - przyspieszyła konieczność ciągłego aktualizowania swoich kompetencji. Dlatego jednym z obszarów, na który będziemy kłaść duży nacisk w najbliższych latach jest edukacja. Rozwój kompetencji w branży digital marketingu jest dla nas zagadnieniem priorytetowym. Od wielu lat nasze działania w tym zakresie ukierunkowane są nie tylko na indywidualny rozwój pracowników, ale przede wszystkim na podejście systemowe. W kolejnych latach planujemy dalej rozwijać międzynarodowy standard kwalifikacji e-marketigowych DIMAQ jako program life-long learning, promując nowe poziomy zaawansowania, a także umacniać jego pozycję na rynkach zagranicznych* **– mówi Robert Wielgo, CMO IAB Polska.**

**Przetrwać w cyfrowej dżungli, czyli twoja wiedza ma datę ważności**

Szukanie sposobów na upgradowanie CV to naturalna odpowiedź na zmiany, jakie zachodzą w branży zatrudnienia. Postępująca cyfryzacja powoduje, że pracodawcy poszukują u pracowników nowych kompetencji, zmienia się także sposób rekrutacji – obok potrzeby stałego zatrudnienia pojawiają się możliwości angażu „pod projekt”. Aby pozostać konkurencyjnym na tak dynamicznym rynku, marketingowcy potrzebują nie tylko stale podnosić swoje kompetencje, ale również móc udowodnić zdobyte umiejętności. Zatem, czy certyfikaty są pożądane na rynku?

- *Bywają jednym z wymogów w ogłoszeniach o pracę w digital marketingu. DIMAQ poświadcza kompetencje pracownika, jednocześnie pokazując jego proaktywną postawę, dla pracodawcy. Tym samym jest atutem, który daje kandydatowi do pracy konkretną przewagę. Dlatego warto pomyśleć o tym już na początku swojej zawodowej drogi. Np. prestiżowy, branżowy certyfikat DIMAQ Student (praktycznie bezpłatny) jest korzyścią nie do przecenienia dla młodych ludzi. Kolejne stopnie certyfikacji są istotną wartością w kształtowaniu dalszej ścieżki rozwoju kariery, co potwierdzają pracodawcy zatrudniający pracowników na różnych stanowiskach* – **komentuje Ewa Opach, Dyrektor ds. edukacji i certyfikacji w IAB Polska.**

**Upskilling w dobie AI**

**Jeżeli potwierdzą się przewidywania Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), w ciągu najbliższej dekady technologia zmieni 1,1 mld miejsc pracy.** Co na to branża digital marketingu? Sztuczna inteligencja i nowe technologie rzucają specjalistom kolejne wyzwania. Dlatego warto się na nie przygotować. Jakie będą marketingowe kompetencje przyszłości?

*To oczywiste, że wraz z rozwojem samej branży, jak i technologii również tej opartej na sztucznej inteligencji, rośnie zapotrzebowanie na nowe kompetencje pracowników i choć kultura uczenia się przez całe życie nie zawsze jest popularna to sytuacja zmienia się na naszych oczach. Potrzeba poszerzania zestawu narzędzi marketingowych nigdy nie była tak duża jak dziś, w dobie AI. Dynamika sektora zwiększa zapotrzebowanie na marketerów, którzy nie tylko potrafią myśleć strategicznie i rozumieją kontekst rynkowy, ale umieją również implementować te kompetencje do działań związanych z technologią. W odpowiedzi na te zmiany, wprowadziliśmy np. nowe szkolenie “AI mindset w organizacji”. Pozwala ono zdobyć wiedzę na temat najnowszych trendów i narzędzi AI, które są obecnie kluczowe dla efektywnego marketingu cyfrowego* *–* **dodaje Ewa Opach.**

Według Rady Sektorowej ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej wpływ rozwoju technologicznego na kompetencje przyszłości koncentruje się wokół dwóch widocznych trendów – rozwój nurtu analitycznego (analiza danych, programmatic, targetowanie) i kreatywności[[2]](#footnote-2). A co za tym idzie, narzędzia automatyzujące procesy gromadzenia i przetwarzania danych będą równie pożądane jak koncepcje kreatywne, strategie, wizualizacje, a uaktualniane na bieżąco kompetencje technologiczne będą w cenie tak samo jak tzw. umiejętności miękkie. Tworzenie skutecznych strategii marketingowych z RankBrainem, Hootsuite czy czatem GPT 4.0 pod ręką będzie wymagało odwoływania się do posiadanej już wiedzy i doświadczenia, przy ciągłym podnoszeniu kompetencji.

*- Dla digital marketerów: specjalistów, managerów, project managerów, pracowników agencji, freelancerów, ekspertów firm konsultingowych, certyfikacja jest naturalną odpowiedzią na nowe potrzeby branży również w dobie AI, wśród których to właśnie upskilling wysuwa się na wiodące miejsce. Różnorodność tematów, nowości w ofercie i możliwość wyboru szkoleń odpowiadających potrzebom, zapewniają elastyczności, której tak bardzo potrzebuje dziś rynek. Dlatego też bezpłatnie pomagamy firmom w procesie uzyskania dofinansowania na te szkolenia, po to by specjaliści i organizacje mogły w łatwiejszy sposób inwestować w niezbędny rozwój kompetencji* – **podsumowuje Ewa Opach.**

**Więcej informacji:**

**Natalia Bejda**

n.bejda@lightscape.pl

tel. 733 419 999

**Pamela Tomicka**

p.tomicka@lightscape.pl

tel. 601 918 306

1. Raport FutureÒ 2024 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rada Sektorowa, Marketingowe kompetencje przyszłości [↑](#footnote-ref-2)