

Ngày nay, ở nước ta "nghề" marketing đã định hình và đang trên đà phát triển, tạo được việc làm và thu nhập cho nhiều người lao động ở nhiều trình độ khác nhau, có sự đóng góp không nhỏ trong việc đẩy mạnh hệ thống hàng hóa, gắn liền sản xuất với tiêu dùng và rộng hơn là có những đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế. Marketing đã phát triển mạnh, đạt được nhiều kết quả to lớn, được ứng dụng rộng rãi ở các nước có nền kinh tế thị trường phát triển, với nhiều nội dung phong phú và được nâng lên thành một trong những nghệ thuật kinh doanh. Marketing là cái cầm nang thần kỳ giúp các doanh nghiệp nhanh chóng thích ứng và đổi mới được với thị trường đầy biến động, theo các qui luật cạnh tranh nghiệt ngã. Nhờ có marketing, các doanh nghiệp có thể phát hiện kịp thời nhu cầu của thị trường để tìm ra những biện pháp tốt nhất khai thác và thỏa mãn nhu cầu đó. Mục tiêu chính của marketing là tìm cách để bán được thật nhanh, thật nhiều hàng, thu được lãi, cũng cố và phát triển được thị trường. Marketing không chỉ được các doanh nghiệp sử dụng mà còn được ứng dụng cả trong

tây ROUSSEL của Pháp. Tương tự, tại các phòng mạch tư, hay các bệnh viện chúng tôi cũng đã chứng kiến sự làm việc của những trình dược viên thuộc hãng UPSA (Pháp) STEPHEN-HUNTER (Úc)...Ngoài những tiêu chuẩn chung đã nêu trên, tiêu chuẩn chọn trình dược viên còn được nhấn mạnh: đọc, nói tốt tiếng Anh hoặc Pháp, có kiến thức cơ bản về marketing và những kiến thức về y học và dược học. Các dược sĩ, bác sĩ mới ra trường, có ngoại ngữ tốt thường được các hãng thuốc chú ý tuyển dụng, đương nhiên phải qua thi tuyển. Đối tượng của trình dược viên không phải là các bệnh nhân mà là các bác sĩ có quyền kê đơn mua thuốc, các nhà thuốc. Họ có nhiệm vụ giới thiệu các loại thuốc của hãng về công dụng, hàm lượng... đặc biệt nhấn mạnh về liều lượng, số ngày chữa khỏi bệnh, độ an toàn không gây phản ứng phụ, tính ưu việt đến độ tốt nhất (tuy rất tránh so sánh với hãng bạn) cuối cùng là địa chỉ liên hệ.

Trong giao dịch, các trình dược viên luôn cố gắng am hiểu trước chuyên môn, sở thích, thời gian làm việc của đối tượng, không quên tặng những tài liệu, sách vở, đồ dùng văn

lương khoảng 500.000đ - 600.000đ/tháng, ngoài ra còn được hưởng một tỷ lệ hoa hồng trên mỗi hàng bán được.

Môi giới quảng cáo cũng là một hoạt động của marketing. Người môi giới không hưởng lương chính thức, cố định, nhưng được hưởng đến 20% giá trị hợp đồng quảng cáo. Hãy hình dung có tờ báo in quảng cáo ở bìa 4 số Tết với giá vài chục triệu đồng thì người "chạy" quảng cáo sẽ được bao nhiêu? Hiện nay rất nhiều cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ cần quảng cáo về mình và sản phẩm của mình, nhưng không phải cơ sở nào cũng nắm rõ điều kiện quảng cáo và có đủ nhân sự phụ trách quảng cáo, Đây chính là "mảnh đất" cho những ai có khả năng và một đội ngũ chạy quảng cáo chuyên nghiệp đã hình thành. Thị trường của họ là các phương tiện thông tin đại chúng (báo chí, đài phát thanh, truyền hình...) luôn sẵn sàng đăng hoặc phát quảng cáo với giá khá cao, tuy vậy, khách hàng chưa dễ gì đăng được ngay.

Nhiều công ty còn sử dụng nhân viên marketing để điều tra nhu cầu thị trường. Hàng ngày họ phải đi đến các chợ, cửa hàng, điểm bán để điều tra tình hình tiêu thụ hàng hóa. Công việc đơn độc, lẻ loi thầm lặng nhưng không kém phần phức tạp, bởi không phải ai cũng sẵn sàng cung cấp các số liệu bán hàng. "Cái khó sẽ lộ cái khôn", họ sẽ biến thành các "điệp viên" tài ba và chẳng mấy chốc số liệu đã nằm trong trí họ, cùng với một niềm vui nho nhỏ của "nghề" marketing.

Ở trình độ cao của "nghề" marketing là những người xây dựng các chiến lược thâm nhập thị trường, chiếm lĩnh và phát triển thị trường, những người xây dựng các chương trình quảng cáo hấp dẫn và những người ngày đêm miệt mài cho công việc sáng tạo mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm mới.

Kinh tế thị trường càng phát triển, càng cần marketing. Hiện nay nhiều doanh nghiệp đang cần tuyển dụng nhân viên marketing. Các thông báo tuyển dụng đã có mặt thường xuyên trên quảng cáo của báo chí.

Để đáp ứng nhu cầu phát triển của "nghề" marketing ở TP.HCM đã có một số nơi đã và đang đào tạo nhân viên marketing. Một trong số đó là khoa ngoại thương - du lịch - marketing của trường ĐHKHT TP.HCM. Nơi đây bộ môn marketing có những giảng viên với học vị cao và nhiều kinh nghiệm giảng dạy đã đào tạo được những khóa cử nhân đầu tiên và đang tiến tới đào tạo cao học và nghiên cứu sinh.

"NGHỀ" MARKETING Ở VIỆT NAM

NGUYỄN TÂN MỸ

lãnh vực khác như văn hóa, thể thao, xã hội...

"Nghề" marketing có rất nhiều hoạt động khác nhau. Nhân viên marketing hay còn gọi là nhân viên tiếp thị là những người trực tiếp đi chào hàng, cần có tiêu chuẩn chung là hiểu biết về hàng hóa mà mình giới thiệu, có ngoại ngữ, có năng lực giao tiếp, thuyết phục để tuyên truyền, cổ động, giới thiệu, bán hàng và một vài tiêu chuẩn về ngoại hình để hấp dẫn khách hàng.

Bước vào phòng của một chủ nhiệm khoa bệnh viện Thống Nhất (TP.HCM) chúng tôi gặp hai cô gái duyên dáng ăn mặc lịch sự đang thao thao bất tuyệt với BS chủ nhiệm. Trước mặt các cô đây sách vở, giấy tờ in đủ màu sắc cùng những hộp thuốc...bên cạnh mỗi cô là một túi xách căng phồng, trên mỗi thứ này đều in đậm dòng chữ ROUSSEL. Các cô là trình dược viên của hãng thuốc

phòng, dụng cụ y tế, thuốc...có in đậm tên hãng, tên thuốc mà họ làm trình dược viên. Để củng cố tác dụng, trình dược viên luôn thực hiện việc nhắc đi, nhắc lại bằng tiếp xúc, bằng vật phẩm khác nhau có in đậm tên hãng, và để tránh nhầm lẫn bằng sự thay đổi nội dung và phương pháp tiếp cận. Một trình dược viên mới vào "nghề" ở các hãng nước ngoài có thu nhập khoảng 100 USD/tháng, làm tốt dẫn đến tiêu thụ được nhiều thì lương có thể 150 - 200 USD/tháng.

Chúng tôi cũng đã có dịp tiếp xúc với các nhân viên chào hàng của các hãng bia, nước ngọt, các hãng mỹ phẩm...khi họ đang đi chào hàng trong bộ đồng phục đặc trưng của hãng. Trên áo, trên nón của họ in rất nổi tên hay biểu tượng của sản phẩm hay tên của hãng. Trong số họ có người đang là sinh viên, cũng có người đã tốt nghiệp đại học kinh tế. Họ cho biết, làm công việc này được hưởng