

SECTION 1
Name of the professional figure
<i>Trưởng phòng/ nhân viên marketing du lịch</i>
Where it works
Các giám đốc/quản lý marketing du lịch làm việc trong phòng Marketing, đảm bảo các hoạt động marketing diễn ra thuận lợi và thường xuyên.
Anh ấy / cô ấy làm việc dưới sự chỉ đạo và giám sát của Chủ sở hữu.
The activities
<p>Cũng giống như trưởng phòng/ nhân viên marketing trong khách sạn, trưởng phòng/ nhân viên marketing trong kinh doanh du lịch cũng có những nhiệm vụ và yêu cầu công việc tương tự. Sự khác biệt là tập trung vào các hoạt động du lịch. Marketing du lịch bao gồm tất cả các hoạt động marketing, quảng cáo hướng tới du khách - đối tượng khách hàng mục tiêu của ngành du lịch, nhằm cung cấp thông tin về các sản phẩm và dịch vụ liên quan đến du lịch, bao gồm dịch vụ lữ hành, dịch vụ lưu trú, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ tư vấn và cuối cùng là dịch vụ tại điểm đến (khu vui chơi giải trí, tượng đài, danh lam thắng cảnh, v.v.)</p> <p>Công việc chính của một nhân viên marketing bao gồm: Nhận kế hoạch marketing từ cấp lãnh đạo, triển khai và giám sát các hoạt động trong kế hoạch; Tổ chức và đo lường hiệu quả các chiến dịch quảng cáo/truyền thông trên các kênh quảng cáo với ngân sách cho phép; Quản lý hệ thống kênh marketing của đại lý du lịch như fanpage, website, email,...; Báo cáo cấp trên về hiệu quả của các hoạt động marketing. Vì vậy, một nhân viên marketing phải có kiến thức marketing cơ bản, kỹ năng làm việc nhóm tốt, kỹ năng tổ chức và quản lý thời gian tốt, tư duy phân tích tốt, sáng tạo và linh hoạt.</p> <p>Người quản lý tiếp thị trực tiếp phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát các kế hoạch tiếp thị của đại lý du lịch. Giám đốc tiếp thị đóng vai trò quan trọng trong việc lập kế hoạch (từ nghiên cứu lập kế hoạch, xây dựng chính sách giá, xây dựng chương trình, phát triển sản phẩm) và thực hiện các chương trình nghiên cứu tiếp thị, phân công hoạt động, cơ cấu tổ chức, v.v. các đơn vị, động viên nhân viên, đánh giá hiệu suất của một nhóm tiếp thị, v.v.</p> <p>Ở mỗi nhóm dịch vụ, nhiệm vụ của nhân viên marketing du lịch là khá khác nhau. Ví dụ, marketing cho điểm du lịch sẽ rất khác với marketing cho cơ sở lưu trú, hay giữa các loại hình lưu trú như khách sạn, homestay cũng có cách marketing khác nhau đến khách hàng. Khi lập kế hoạch cho một dự án marketing, người làm marketing du lịch phải có kiến thức về các xu hướng mới trong du lịch để có cái nhìn tổng quát nhất về thị trường du lịch và phân khúc khách hàng hướng đến. Khi thực hiện các dự án marketing, người làm marketing du lịch cần mang đến cho khách hàng những trải nghiệm cụ thể, hấp dẫn và lôi cuốn, tạo cho họ sự hài lòng thực sự tại điểm đến. Nhân viên marketing còn có nhiệm vụ theo dõi các tương tác, phản hồi của khách hàng về chiến dịch marketing, từ đó đánh giá mức độ thành công của chiến dịch.</p>
Qualifications
Based on the size of the travel agent, the owner will make the appropriate recruitment requirements for Marketing executives/ managers. While a marketing executive are required to have a high school diploma or bachelor's degree, a marketing manager should have at least a bachelor's degree or higher. Often employers will require candidates to graduate from a college or university majoring in marketing, business administration, economics or related professions.
Technical skills
Ngoài các kiến thức về du lịch, để đáp ứng yêu cầu tuyển dụng vào vị trí nhân viên marketing du lịch, ứng viên cần trau dồi thêm các kỹ năng marketing như khả năng giao tiếp, duy trì và phát triển các mối quan hệ thông qua việc tương tác với đồng nghiệp và khách hàng tiềm năng là rất quan trọng trong ngành du lịch.
Computer and linguistic knowledge

<p>Ngoại ngữ: biết và sử dụng thành thạo ít nhất 1 ngoại ngữ (tiếng Anh, Trung, Hàn, Nhật và các ngôn ngữ Đông Nam Á đang được sử dụng rộng rãi trong ngành du lịch tỉnh Thái Nguyên), giao tiếp được với khách nước ngoài.</p> <p>Kiến thức vi tính: biết sử dụng và sử dụng thành thạo vi tính văn phòng (word, excel,...); sử dụng thành thạo Internet để tra cứu thông tin khi cần thiết; Sử dụng thành thạo các công cụ marketing liên quan</p>
Personality and availability
<p>Một marketer chuyên nghiệp cần đảm bảo trang bị một số phẩm chất cốt lõi nhất như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Năng động và luôn giữ thái độ tích cực trong khi học hỏi tất cả các vấn đề liên quan đến lĩnh vực khách sạn - Sáng tạo và tự tin, có ý tưởng hay để truyền tải tới khách hàng. - Sẵn sàng thay đổi để thích ứng với điều kiện thực tế. - Có khả năng giao tiếp tốt bao gồm lắng nghe và thấu hiểu, nắm bắt tâm lý đối phương, đàm phán và thuyết phục. - Biết cách gắn kết các thành viên trong nhóm và phát huy sức mạnh của tinh thần đồng đội
Notes
<p>Kỹ năng sáng tạo nội dung cũng là một trong những kỹ năng quan trọng nhất mà marketer phải biết. Có nội dung chất lượng mới có thể thu hút khách hàng truy cập, tương tác trên website, mạng xã hội (social media) để tạo chuyển đổi</p> <p>Thái độ lịch sự, chuyên nghiệp, thân thiện, luôn đặt lợi ích của khách hàng lên hàng đầu, cách xử lý chuyên nghiệp là quan trọng</p>
SECTION 2
Economic sector
Tourism
Seniority level
Can be filled by a recent graduate (Basic level).
Academic qualification - I level
School of tourism/ school of marketing/ school of business administration
Academic qualification - II level
<p>School of tourism: tourism management</p> <p>School of marketing: marketing management</p> <p>School of business administration: business administration / human resource management / marketing/ economics</p>
Academic qualification - III level
None