profaj

KARİYER REHBERİ

Reklam ve Pazarlama Sektörüne Giriş Rehberi

Ajansın ne olduğunu, hangi roller olduğunu ve size uyan kapıyı seçmenin yolunu tek yerde görün.

Kimler için: Mezun olmak üzere olan ya da yeni mezun olmuş, reklam ve pazarlama sektörüne girmek isteyen ama nereden başlayacağını bilmeyen herkes.

BU REHBERDE

02 Marka tarafı ve ajans tarafı

03 Hangi ajans, hangi işi yapar?

04 Brief gelir, rapor gider: arada kimler çalışır?

05 Kendinize sorun, rolü bulun

06 Sonraki adımlar ve Profaj'da staj ve kariyer

ÖNCE HARİTA

Marka tarafı ve ajans tarafı

Pazarlama işi iki yerde yapılır: işi sipariş eden markanın içinde ve işi markalar adına üreten ajansta. İkisi de gerçek meslek, ikisinde de öğrenirsiniz. Fark, her gün neyle uğraştığınızdır.

Marka tarafı (şirketin pazarlama bölümü)

- Tek bir markaya, ürüne ve kitleye derinlemesine bakarsınız.
- Bütçeyi, satış ekibini ve ürün kararlarını yakından görürsünüz.
- İşi dışarıdan alırsınız ve ajansı yönetirsiniz.
- Ritim, şirketin takvimine ve satış dönemlerine göre akar.

Ajans tarafı

- Aynı hafta içinde birkaç farklı sektörün işine dokunursunuz.
- Üretim ve teslim sizin işinizdir: brief gelir, iş çıkar.
- Müşterinin geri bildirimiyle çalışmayı erken öğrenirsiniz.
- Ritim, teslim tarihlerine ve müşteri sayısına göre akar.

İki tarafı yan yana koyun

Soru	Marka tarafında	Ajans tarafında
Öğrenme biçimi	Bir sektörü derin öğrenirsiniz.	Birçok sektörü hızlı tanırsınız.
Karar	Markanın yönetimiyle birlikte verilir.	Müşteriyle birlikte, onayla verilir.
İş çeşitliliği	Genellikle dar ve süreklidir.	Genellikle geniş ve değişkendir.
Uzmanlık	Pazarlamanın genelini bilen kişi olursunuz.	Bir alanda derinleşen uzman olursunuz.
İlk iş için	Ürün ve satış bilgisi öne çıkar.	Üretim ve portfolyo öne çıkar.

KARAR VERMEDEN ÖNCE

İlk işinizi bir tarafa bağlı kalmak için seçmeyin. Çoğu kişi iki taraf arasında gidip gelir. İlk iş, size neyi sevdiğinizi gösteren bir deneme olarak da çalışır.

AJANS TÜRLERİ

Hangi ajans, hangi işi yapar?

İlan başlıklarında "reklam ajansı" yazar ama içeride çok farklı işler yapılır. Başvurmadan önce ajansın hangi türe yakın olduğunu bilmek, mülakatta doğru soruyu sormanızı sağlar.

Tür	Asıl işi	Orada ne öğrenirsiniz	Dikkat edin
Tam hizmet ajans	Strateji, yaratıcı fikir, üretim ve medyayı tek çatıda toplar.	Bir işin baştan sona nasıl ilerlediğini.	Rolünüz dar kalabilir, işin bütününü sorun.
Yaratıcı butik	Kampanya fikri, marka kimliği, tasarım.	Fikir geliştirmeyi, sunmayı, el işçiliğini.	Ekip küçüktür, sorumluluk erken gelir.
Performans ve dijital ajans	Reklam yönetimi, ölçüm, dönüşüm.	Bütçe yönetimini, test etmeyi, rapor okumayı.	Sayılarla rahat olmak gerekir.
Medya ajansı	Reklam yerlerini planlar ve satın alır.	Planlamayı, hedef kitle verisini, müzakereyi.	Üretimden çok planlama yapılır.
Sosyal medya ajansı	Hesap yönetimi, içerik, topluluk.	Takvim, metin, görsel ve raporu birlikte.	Tempo yüksektir, günlük iştir.
İletişim ve halkla ilişkiler	Basın, itibar, kurumsal iletişim.	Yazı, ilişki, sürekli kurumsal iletişim.	Yazı gücü ve ilişki kurmak öne çıkar.
Prodüksiyon	Video, fotoğraf, ses, canlandırma.	Çekimi, kurguyu, teslim standardını.	Esnek saatler ve saha işi olabilir.
Teknoloji ve web ajansı	Site, uygulama, otomasyon, ürün.	Yazılımı müşteri işine uygulamayı.	Pazarlamayı bilmek fark yaratır.

Bir ajans birden fazla türe de yakın olabilir. İlan metninden çok, sitesindeki iş örneklerine ve ekip sayfasına bakın: ne üretiyorlarsa türleri odur.

BİR İŞİN YOLCULUĞU

Brief gelir, rapor gider: arada kimler çalışır?

Ajanstaki hemen her iş aynı altı duraktan geçer. Hangi durağı sevdiğinizi fark etmek, hangi role yöneleceğinizi söyler.

1 Brief
Müşteri neyi, neden istediğini yazar.

2 Plan
Hedef, kitle, bütçe, takvim.

3 Üretim
Metin, tasarım, video, kod.

4 Onay
Müşteri ve ekip içi kontrol.

5 Yayın
İş yayına ya da teslime çıkar.

6 Rapor
Ne oldu, bir sonraki adım ne.

Roller haritası

Rol	Bir günü nasıl geçer?	Başlangıç noktası
Hesap ve müşteri ilişkileri	Müşteriyle yazışır, briefi ekibe taşır, teslimi takip eder.	İletişim gücü, düzen, notlarınızı derli toplu tutmak.
Strateji ve planlama	Pazarı ve rakipleri okur, planı kurar.	Araştırma ve yazı, küçük örnek bir plan.
Yaratıcı ekip (metin ve tasarım)	Fikir üretir, tasarlar, yazar, düzeltir.	Portfolyo, kendi kendinize verdiğiniz briefler.
Performans reklam uzmanı	Kampanya kurar, rakamlara bakar, bütçeyi yeniden dağıtır.	Sayıları okumak, reklam platformlarının eğitim içerikleri.
Sosyal medya ve içerik	Takvim kurar, metin yazar, yayınlar, yanıtlar.	Düzenli üretilen kendi hesabınız ya da proje hesabı.
SEO ve veri	Arama verisini inceler, sayfa önerir, ölçer.	Kendi küçük siteniz ya da blog denemesi.
Video ve prodüksiyon	Çeker, keser, sesi ve görüntüyü toplar.	Kısa bir iş, tam bir hikaye: showreel.
Web ve yazılım	Sayfa kurar, formu bağlar, hatayı bulur.	Küçük bir canlı proje.
Proje yönetimi	İşin sırasını, kişiyi ve tarihi bir arada tutar.	Etkinlik ya da okul projesi yürütmüş olmak.

SİZE UYAN KAPI

Kendinize sorun, rolü bulun

Aşağıdaki cümlelerden sizi en çok anlatanlara işaret koyun. Çoğunlukla hangi satıra düştüğünüz, ilk bakacağınız rolü gösterir.

Sizi anlatan cümle	Bakabileceğiniz roller	İlk adım
Bir sorunu rakamlarla çözmek hoşuma gidiyor.	Performans reklam, SEO ve veri	Bir web analitik hesabı açın, kendi bloğunuza bağlayın.
Yazmak ve düzeltmek bana iyi geliyor.	Metin yazarlığı, içerik, strateji	Bir markanın sloganını yeniden yazın, altına gerekçenizi ekleyin.
Bir şeyi görsel olarak kurmak istiyorum.	Grafik tasarım, sanat yönetimi, video	Kendinize küçük bir kampanya briefi verin ve tasarlayın.
İnsanlarla konuşmak ve işi yürütmek enerji veriyor.	Hesap, proje yönetimi, topluluk	Bir okul ya da kulüp etkinliğini baştan sona yönetin.
Bir şeyin nasıl çalıştığını merak ediyorum.	Web ve yazılım, otomasyon	Basit bir sayfa yapıp yayınlayın.
Hikaye anlatmayı ve görüntüyü seviyorum.	Video, fotoğraf, motion	Bir dakikalık bir tanıtım çekin ve kurgulayın.

30 günlük keşif planı

Hafta 1
Üç ajansın sitesini, işlerini ve ekibini okuyun. Notlarınızı tabloya işleyin.

Hafta 2
İlginizi çeken iki rolde çalışan birinin anlattığı bir yazıyı ya da konuşmayı izleyin.

Hafta 3
Seçtiğiniz bir rolde küçük bir deneme işi yapın, bir sayfaya sığdırın.

Hafta 4
Denemeyi bir tanıdığınıza gösterin, geri bildirimi yazın, bir sonraki adıma karar verin.

KAPI BİR KEZ SEÇİLMEZ

İlk rolünüzle yirmi yıl yaşamak zorunda değilsiniz. Birkaç denemeden sonra yön değiştirmek, sektörde sık görülen ve kabul gören bir yoldur.

SONRAKİ ADIMLAR

Haritanızı kendiniz çıkarın

Aşağıdaki alanları bu hafta doldurun. Sonraki rehberlerde seçtiğiniz alanın ayrıntısına inebilirsiniz.

İLGİMİ ÇEKEN ÜÇ ROL

BU ROLLERDEN BİLDİĞİM TEK ŞEY

MARKA TARAFI MI, AJANS TARAFI MI? NEDEN?

BAKACAĞIM ÜÇ AJANS

ÖNÜMÜZDEKİ 30 GÜNDE YAPACAĞIM KÜÇÜK DENEME

ÖĞRENMEK İSTEDİĞİM AMA HENÜZ BİLMEDİĞİM ŞEY

- [ ] **Üç ajansın sitesine baktım.**
  İş örneklerini ve ekip sayfalarını okudum.
- [ ] **Bir rolü adım adım tarif edebiliyorum.**
  Günü, çıktısı ve işbirliği yaptığı kişiler.
- [ ] **Kendime bir deneme işi verdim.**
  Tarihini ve çıktısının nasıl görüneceğini yazdım.

PROFAJ'DA STAJ VE KARİYER

Kariyer yolunuzu ekibimizle konuşalım

Profaj, 2011'den beri İzmir merkezli bir teknoloji ajansı. Staj ve kariyer sayfamızda hangi alanlarda staj yapılabildiğini, başvurunun nasıl ilerlediğini ve ekibin nasıl çalıştığını görebilirsiniz. Haritanızı çıkardıysanız ilgi duyduğunuz alanı bize yazın.

KARİYER VE STAJ SAYFASI
profaj.com/kurumsal/kariyer

E-POSTA
profaj@profaj.com

Bu İşte Beraberiz!