

基于惠州市制造业视域下青年互联网营销师的职业发展研究

朱燕平

(惠州工程职业学院, 广东 惠州 516001)

摘要: 互联网营销作为一种新兴的营销模式, 为制造业提供了新的商业机遇和竞争手段。本文基于制造业视域下对青年互联网营销师职业发展的政策背景、制造业内的人才培养情况等分析后, 探讨青年互联网营销师在制造业中承担的角色和成长中面临的挑战, 旨在为青年互联网营销师职业发展找到具体方向, 并提出可行建议。

关键词: 惠州市; 制造业; 青年互联网营销师

一、政策背景

(一) 坚持实体经济为本, 制造业当家

制造业是国民经济的主体, 是立国之本、强国之基。2023 年全国两会上, 政府工作报告 8 次提及制造业。广东提出坚持制造业当家, 把制造业这份厚实的家当做大做强。2023 年, 惠州市在《惠州市制造业高质量发展三年行动方案(2023—2025 年)》中提出, 惠州将以实体经济为本、制造业为支柱, 目标是 2025 年工业总产值突破 2 万亿元。这一系列政策说明, 中央到地方, 自上而下都高度重视制造业发展, 惠州市正凝聚合力重点发展制造业。

(二) 互联网营销师, 为制造业插上数字化羽翼

现代信息技术快速发展, 互联网营销优势日益凸显。2020 年, “互联网营销师”正式被纳入《中华人民共和国国家职业分类大典》。2022 年 8 月 15 日政府印发《关于推动互联网与经济深度融合、推动实体经济转型升级和加快培育经济发展新动能总体方案》。方案包括实施互联网营销人才发展行动、培育互联网营销产业龙头、建设营销产业园区、发展行业应用、推进线上线下融合、推动互联网平台企业和服务平台开展行业应用、商业模式以及技术创新等内容。可预见, 新兴的互联网营销师职业将为制造业升级插上数字化羽翼。

二、惠州市制造业发展概况

(一) 坚持制造业当家, 树立“惠州制造目标”

惠州市坚持制造业当家, 制定了把制造业家当做大做强的《惠州市制造业高质量发展三年行动方案(2023—2025 年)》, 确立“惠州制造目标”。据统计, 2022 年惠州市百亿级工业企业达 16 家。同年工业投资总量为 1396.5 亿元, 增速为 42.1%, 两者在全省均位列第 2。同时, 规上工业总产值为 1.112 万亿元, 同比增长 10.1%; 规上工业增加值为 2424.8 亿元, 同比增长 6.3%, 增速在全省位列第 2。

(二) 扶持重点项目, 创造“稳定器”和“强引擎”

惠州市大力扶持重点制造业项目, 2023 年计划总投资 7246 亿元。其中启动前期工作的 2023 年重点建设前期预备项目 146 个, 估算总投资 3629 亿元; 重点建设项目 246 个, 年度计划投资 1186 亿元; 新开工项目 79 个, 年度计划投资 209 亿元; 续建项目 127 个, 年度计划投资 761 亿元; 投产项目 40 个, 年度计划投资 216 亿元。撬动惠州发展“新势能”, 必须推进好先进制造业高质量发展的重点项目作为经济的“稳定器”和产业“强引擎”。

(三) 完善人才引进政策, 注重人才发展

惠州市制造业目前急需互联网营销人才。据《青年新职业指南》社会调查结果显示, 76% 的 18—35 岁青年愿意尝试新职业或已从事新职业, 大多数新职业的年龄结构中青年占比较多。早在 2019 年 11 月 7 日, 《惠州市重点产业紧缺人才需求目录(2019—2020 年度)》中就已经把当时还没正式列入职业大典的互联网产品经理、

区域快销经理、数据分析师(互联网)等职业列为紧缺急需人才的职业。

三、惠州市制造业内互联网营销师发展概况

(一) 互联网营销师需求状况

据不完全统计, 目前惠州市电商、快递、配送等新业态劳动者约 7 万 6000 人, 他们大多为 40 岁以下的青壮年。截止于 2023 年 3 月 3 日, BOSS 直聘网站显示有 30 多条直播带货员招聘信息、运营推广类职务 60 多条招聘信息, 其中不乏多个惠州知名制造业企业。

(二) 行业队伍建设方向

惠州市制造业正面临转型升级, 贴合当地产业的需求开展互联网营销师国家职业标准的研究和制定, 是非常重要的一项任务。有了规范可行的职业标准, 就可以迅速开展职业技能评价工作, 带动互联网营销专业人才的培养机制形成。从而有效帮助提升互联网营销师岗位从业人员在方案策划、内容构建、营销推广、数字化场景搭建等方面的综合能力。可以说行业队伍的建设方向是推动建立一支学优质强的复合型互联网营销师职业人才大军。

(三) 企业内互联网营销师人员情况

据不完全统计, 截至 2022 年底, 全国范围内的互联网营销师持证人数已经超过了 40 万人。据调查, 惠州市大多数制造业内企业有自己的运营推广和市场营销策划的电子商务类部门, 有的公司该部门人员高达 200 多人, 大多数为电子商务专业毕业生, 这类公司日常培训有较为系统的计划, 人员管理也较为规范。部分企业采用“自有+外包”的互联网营销模式, 重要核心运营业务亲自参与运作, 部分业务板块交由专业的经纪机构承包。

四、惠州市制造业内青年互联网营销师职业发展挑战

(一) 专业互联网营销师稀缺, 人员流动性较大

互联网营销群体中的大多数互联网营销师都属于中介经纪的状态, 并非为某个公司产品进行专业一条线的互联网营销进行营销打造, 导致对制造工业制成品的功能讲解和品牌宣传明显不到位。从相关招聘网站数据发现, 直播带货员的月薪为 3000—20000 区间, 计算方式为“底薪+提成+绩效”, 故岗位人员之间的工资差较大, 属于竞争压力比较激烈的岗位, 人员流动性较大, 大部分人在岗时间不超过 1 年。

(二) 互联网营销师专业性不够, 市场规范性需加强

目前惠州市制造业内的互联网营销师群体多数为电子商务、市场营销等专业出身, 但有部分是企业内部调岗或轮岗到互联网营销岗, 专业性方面需要后续参加系统的培训与学习, 才能更好地进入到互联网营销的状态。此外, 互联网营销师岗位的工作人员在直播、选品、运营等方面都有不少因操作不当、引发舆论等公共事件, 因此市场规范性方面需要加强。

(三)校企合作深度不够,人才培养对接机制紧密性需加强

惠州市职业教育坚持产教融合的办学理念,努力与行业企业沟通,寻求各方的支持,也取得了一些成效,但从总体来看,校企的合作关系较为松散、深度不足。一方面体现在校企合作的内容和形式不够多样和深入,目前大多数常见校企合作还只有岗位实习、共建基地、订单培养这几种形式,学校与企业都无法深入到彼此的人才培养机制中进行合作。一方面体现在校企合作可持续性不强,达成的一些合作很多存在临时性、阶段性的情况。

(四)企业缺乏培养标准和规范,互联网营销师职业发展规划不明朗

由于互联网营销师从业门槛较低,许多企业对系列性含金量高的证书资格如何配套到企业用人标准认知还处于初级阶段,导致企业认为招聘的人才与传统销售的区别仅仅在于运用了互联网平台,而忽略了自身应在互联网营销师综合技能提高、素质的培养、职业发展规划等方面发挥作用。

互联网营销师作为新业态中的职业,在技能证书等级对应内部工资定级、应具备的技能培养标准、职业的稳定性、工作时间与休假制度、社会保障等方面职业发展仍面临挑战。

(五)地方政府重视有余,挖掘线和拓展面还有待加强

就目前调查而言,惠州市在拓展传统产业的营销渠道和促进数字营销人才供给侧和需求侧有机衔接,培养在互联网营销领域的职业人才方面,已经打好基础的领域在农业这一块比较明显,如培育“新农人”,打响“技能兴农”金名片,助力乡村振兴等。但在制造业发展这一块,人才引进和培训会更多地倾向专业制造类的技术人才,在互联网营销师的引人、养人、用人、留人等方面还需要加强。

五、惠州市制造业内青年互联网营销师职业发展建议

通过对惠州市制造业青年互联网营销师的职业发展过程存在挑战分析,笔者建议可以通过以下几方面进行突破。

(一)促进校企深度合作,提升人才培养高质量发展

校企合作深度不足的主要原因包括校企交流平台单一、合作企业的利益没有得到很好的保障、缺乏相关政策及资金的支持、深度合作机制缺乏等。国家层面有关校企合作的法规大都是方向性的要求,缺乏刚性的措施,需要地方政府进一步细化落实。可从建立职业教育联席会议制度,搭建政校行企交流平台;出台促进企业参与办学的条例法规;设立政府专项支持性资金。

(二)筑制造行业营销基准,建设优质型青年互联网营销师

惠州市要紧跟发展步伐,以标准为基础,带动互联网营销专业人才培养,探讨属于自身青年互联网营销师职业大军的建设办法,推动建立一支从业规范、质量过硬、专业更强的青年互联网营销师职业大军。惠州市制造业有其自身的营销诉求,地方相关政府部门、行业协会、企业应联合制定青年互联网营销师需求报告,结合互联网营销师标准是对从业者理论知识、职业能力、职责任务的评价标准,从而引进打造符合惠州市制造业需要的青年互联网营销师团队。

(三)引领制造业终端评价,建设精强型青年互联网营销师

通过技能评价引领互联网营销师的能力提升,推动为惠州市制造业建设一支专业精通、技能过硬的青年互联网营销师职业大军。

建设精专业强技能的互联网营销师职业大军,促成制造业产成品信息有效到达消费者终端,形成消费者需求即达企业解决的良好关系,有效办法就是开展客观、公正、科学、权威的职业技能评价,引领互联网营销青年从业者提升技能水平。惠州市应在

国家和省厅文件指导下,结合上级相关标准与体系,联合各方力量配合推进人才评价制度改革,实施职业技能等级评价制度,搭建权威、专业的职业能力评价体系,在当地开展好互联网营销师新职业能力水平评价,对互联网营销从业者的用户研究能力、产品审核能力、方案策划能力、内容构建能力、营销推广能力、数字化场景搭建能力,进行科学、严谨、公平、公正地评价。

(四)聚制造服务力量,建设品牌型互联网营销师

以聚制造服务力量,以完善的服务机制为支撑,将充分发挥互联网营销师在构建新发展格局中的积极作用,推动建设一支有影响、有作为的青年互联网营销师职业大军凝聚在制造业领域。

惠州市制造业可以为青年互联网营销师打造资源交流平台,加大品牌宣传覆盖面,打造“互联网营销师精英工作室”,从而扩大优秀的青年互联网营销师在互联网的影响力,为当地制造业或其他行业产品进行直播带货或运营推广时起到“助推器”的作用,实现企业个人发展双赢。具体工作室的内容可围绕服务、产品、成果等各方面进行强化,以“优”促发展,共同培育规范成熟的互联网营销市场。引导青年互联网营销师与制造业企业广泛对接,与社会良性互动,从而有助于推动惠州市制造行业的产品加速融入更大的经济市场。

(五)形成青年发展自律机制,建设原则型青年互联网营销师

青年互联网营销师服务面广,影响力大,既是产品推销员,也是网络信息传播者,必须维护职业形象,对合作企业负责,对消费者负责。以青年个人发展自律机制制作导向,遵循商业道德,坚守网络准则。这方面的措施有助于推动建设一支遵守商业道德、严守网络准则的青年互联网营销师职业大军。

惠州市政府可以联合制造行业协会和企业单位,制定“制造业互联网营销师自律规则”,引导互联网营销师坚守基本原则。如诚实守信,操守自律。引导互联网营销师遵守互联网相关法律法规,坚守网络活动道德准则,制作健康向上的营销内容,提供文明有益的营销服务,做互联网上规范从业的表率 and 楷模。

(六)以青年职业规划为成长动力,建设成长型青年互联网营销师

政企合力持续做好青年互联网营销师进行社会终身成长教育,帮助其做好个人职业发展规划,提供成长资源和平台,出台激励机制激发其成长动力。如通过线上线下和理论实操相结合模式,聚焦直播电商、带货和互联网营销等领域,打造从新媒体平台账号运营、粉丝变现、直播技巧到视频创推、订单处理以及相关网络安全法学习的多维度培训课程。组织青年考取互联网营销师职业技能等级证书,并对应行业晋升通道。

参考文献:

- [1] 中央,国务院,人力资源和社会保障部,国家质量监督检验检疫总局,国家统计局等.中华人民共和国国家职业分类大典(修订版)[M].北京:中国劳动社会保障出版社,2022.
- [2] 张崇和.在“互联网营销师新职业”新闻发布会上的讲话[C].轻工标准与质量,2020(9).
- [3] 赵悦.自媒体时代互联网营销师的就业模式探析[J].探索科学,2020(2).
- [4] 中思智数.互联网营销师!市场缺口4千万,年轻人就业第一选择[N].http://news.sohu.com/a/568778616_121386093.2022(7).
- [5] “互联网营销师新职业新闻发布会”在京举办[J].消费导刊,2020(43).