



AGENT REKLAMOWY

1. Informacje ogólne

Zadaniem agenta reklamowego jest zareklamowanie i wypromowanie danego produktu firmy zlecającej. Może pracować w agencji reklamowej bądź być zatrudniony bezpośrednio w firmach produkujących dane produkty. Jest odpowiedzialny za stworzenie kampanii reklamowej. Może korzystać z różnorodnych sposobów i środków przekazu (reklama telewizyjna, radiowa, plakaty, ulotki, promocje).

Jeżeli agent reklamowy zostaje zatrudniony w indywidualnym przedsiębiorstwie, może objąć stanowisko organizatora działań promocyjnych, doradcy reklamowego lub specjalisty ds. marketingu. Mimo to są to de facto osobne stanowiska, w takim przypadku są one mocno ze sobą powiązane i agent reklamowy otrzymuje większy zakres obowiązków.

Dla agencji reklamy, dysponującej zespołami kierowanymi przez tzw. *account executive*, same opracowuje plan promocji, proponuje konkretne rozwiązania zlecającemu, doradza w kwestii wyboru form przekazu. *Account executive* może zlecić badania rynku mające na celu ocenę gustów potencjalnych klientów i na tej podstawie pokierować stworzeniem kampanii reklamowej. Podlegli mu pracownicy działu kreacji (ang. *copywriters*) opracowują ją od podstaw, czyli od samego pomysłu na hasła czy wzory graficzne plakatów, logo produktu (graficy), fabuły reklamy telewizyjnej czy radiowej. Dodatkowo tzw. *media planner* współpracuje w kwestii doboru odpowiednich środków przekazu dla danej kampanii reklamowej. Z chwilą zebrania wszystkich pomysłów i skonsultowania ich między specjalistami plan jest przedstawiany zlecającemu. Po ostatecznym zatwierdzeniu kampania reklamowa może ruszyć. W tym momencie włącza się dział produkcji, który wciela ją w życie. Rozpoczyna się więc produkcja reklam telewizyjnych i radiowych,



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

negocjowanie jak najkorzystniejszego czasu antenowego, produkcja plakatów i ulotek, wykup miejsc reklamowych w prasie.

Praca agenta reklamowego wymaga od osoby wykonującej ten zawód dużej wiedzy dotyczącej rynku reklamowego, trendów w branży, konkurencji. Agent stale musi pozyskiwać nowych klientów, aktywnie poruszać się po rynku i wychwytywać wszelkie nowości, być zawsze na bieżąco. Musi również mieć szerokie znajomości wśród firm z branży samej produkcji reklamy, by móc negocjować ich szybko i jak najtańsze, jak najkorzystniejsze wykonanie.

Agent reklamowy pracuje w pomieszczeniach biurowych zatrudniając go firmy bądź zleceniodawcy, dodatkowo spotyka się z klientami i kontrahentami, więc jego praca może się wiązać z wyjazdami. Jest to praca oparta na kontaktach z innymi ludźmi. Kontakty te są bardzo częste i intensywne, polegają na konsultowaniu, negocjowaniu, organizowaniu i sprzedaży usług. Odbывают się zarówno ustnie jak i za pośrednictwem poczty elektronicznej. Praca ta ma charakter zespołowy, choć agent jest również indywidualnie odpowiedzialny za wykonanie wielu zadań, sam decyduje o warunkach i metodach własnej pracy.

W pracy agenta reklamowego zasadniczo jest ustalony ośmiodzinny system dzienny, jednak w rzeczywistości, ze względu na konieczność wykonania danego zadania zgodnie z ustalonym wcześniej grafikiem czy odbycia wielu spotkań, czas ten znacznie się wydłuża.

Praca agenta reklamowego ma charakter niezrutowany, w trakcie opracowywania kampanii reklamowej mogą się wydarzyć różne nieprzewidziane sytuacje, każda kampania reklamowa jest inna, неповtarzalna.

Odnosi się do czynników uciążliwych towarzyszących pracy na stanowisku agenta reklamowego należy wspomnieć, że praca ta może wiązać się ze stresem powodowanym koniecznością pracy w szybkim tempie (aby dotrzymać ustalonych terminów), a także z ryzykiem sytuacji konfliktogennych, pojawiających się zazwyczaj podczas pracy w ciągłym kontakcie z ludźmi.



2. Wymagania

Agent reklamowy musi być osobą z dużą wyobraźnią, twórczą i otwartą na nowe rozwiązania. Musi być osobą inicjatywną i samodzielną, a także ciekawą, by móc czerpać pomysły z otaczającej rzeczywistości. Ze względu na częstą współpracę z innymi niezbędną jest łatwość nawiązywania kontaktów z ludźmi, zjednywania ich sobie i umiejętność budowania długotrwałych relacji biznesowych. Przydatna jest także zdolność przekonywania do swoich pomysłów i opinii. Agent reklamowy pracuje w zespole, musi zatem posiadać umiejętność współdziałania z innymi. Ważna jest umiejętność wypowiadania się w mowie i piśmie, ładnego przedstawiania swoich myśli, a także łatwość wysuwania ciekawych pomysłów na slogany i hasła reklamowe.

Przydatne w pracy agenta reklamowego są zainteresowania społeczne (wiedza z zakresu psychologii czy socjologii, pomocna w tworzeniu skuteczniejszych kampanii reklamowych) oraz artystyczne i menedżerskie.

Przydatna w pracy agenta reklamowego jest również zdolność koncentracji uwagi i logiczne rozumowanie. Agent powinien się te cechować spostrzegawczością i szybkim refleksem.

Jeśli chodzi o wymagania fizyczne i zdrowotne, w przypadku agenta reklamy wskazana jest dobra ostrość wzroku, w tym rozróżnianie barw; przydatne jest także widzenie stereoskopowe. Ze względu na częste kontakty z ludźmi wskazana jest dobra ostrość słuchu.

3. Czynniki utrudniające zatrudnienie w zawodzie

Czynnikiem utrudniającym pracę w zawodzie agenta reklamowego może być znaczna dysfunkcja narządu wzroku i słuchu.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Nie ma możliwości zatrudnienia na tym stanowisku osób z dysfunkcją sfery intelektualnej, ze względu na to, iż nie podołałyby one wyzwaniom związanym z zadaniami, które wykonuje osoba pracująca jako agent reklamowy.

4. Możliwość zatrudnienia w zawodzie osób z niepełnosprawnościami

4.1. Osoby z dysfunkcją narządu ruchu

Osoby z dysfunkcjami narządu ruchu, nawet w stopniu znacznym, zarówno w obrębie kończyn górnych jak i dolnych, nawet poruszające się na wózkach inwalidzkich, mogłyby być zatrudnione na stanowisku agenta reklamowego. Zatrudnienie jest możliwe pod warunkiem odpowiedniego dostosowania stanowiska pracy.

4.2. Osoby z dysfunkcją narządu wzroku

Istnieje możliwość zatrudnienia w zawodzie agenta reklamowego osób z nieznacznie dysfunkcją narządu wzroku, jeżeli stosuje odpowiednie pomoce optyczne, a stanowisko pracy jest prawidłowo dostosowane do ich potrzeb wynikających z niepełnosprawności.

4.3. Osoby z dysfunkcją narządu słuchu

Istnieje możliwość zatrudnienia osoby z niewielką dysfunkcją narządu słuchu w tym zawodzie, pod warunkiem stosowania przez nią odpowiedniego sprzętu słuchowego, a stanowisko i środowisko pracy jest prawidłowo dostosowane.

4.4. Osoby z dysfunkcją sfery psychicznej

Osoby z niektórymi dysfunkcjami sfery psychicznej mają pewne, ograniczone możliwości wykonywania pracy w zawodzie agenta reklamowego, jeżeli tylko zostaną zapewnione odpowiednie warunki społecznego środowiska pracy, wynikające z indywidualnych potrzeb osoby z niepełnosprawnościami.



4.5. Osoby z epilepsją

Istnieje możliwość zatrudnienia jako agenta usług artystycznych osoby z epilepsją z rzadko występującymi atakami poprzedzonymi aurą. Warunkiem jej zatrudnienia jest dostosowanie zarówno samego stanowiska pracy jak i zakresu wykonywanych zadań do indywidualnych potrzeb osoby z niepełnosprawnością.

5. Potrzeba przystosowania stanowiska pracy do potrzeb i możliwości osób z niepełnosprawnością

5.1. Osoby z dysfunkcją narządu ruchu

Osoby z niewielką dysfunkcją kończyn górnych lub dolnych mogą wymagać indywidualnych pomocy technicznych, które usprawniają pracę. Może tutaj chodzić na przykład o odpowiednie przystosowanie siedziska (wyregulowanie wysokości, wyregulowanie podnóżka, blokowanie kół, odpowiednie wyprofilowanie oparcia, wyprofilowanie podłokietników).

Osoby ze znaczną dysfunkcją kończyn dolnych, poruszające się na wózkach inwalidzkich, wymagają likwidacji barier architektonicznych w miejscu i środowisku pracy oraz w drodze do zakładu pracy. W miejscu pracy należy dostosować przestrzeń manewrową, zapewnić dostęp do wszystkich urządzeń i sprzętów, z których może chcieć skorzystać agent reklamy podczas pracy.

Zarówno osoby z niewielkimi jak i znacznymi dysfunkcjami narządu ruchu mogą wymagać umocowania dodatkowych uchwytów i poręczy, które ułatwiają wstawanie i podpieranie się.

Osoby mające problemy w samodzielnym poruszaniu się, niezależnie od tego, czy są to osoby korzystające z pomocy kul czy te jeżdżące na wózkach inwalidzkich, mogą mieć utrudnione zadanie w przypadku konieczności czystych wyjazdów. Nie wszystkie miejsca, w których mogą się odbywać spotkania, będą pozbawione barier architektonicznych. Dlatego może być potrzebne ograniczenie



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

niektórych obowiązków zawodowych bądź pracy w zespole. Osoby z tego typu niepełnosprawności mogą na przykład pracować w działach kreatywnych.

5.2. Osoby z dysfunkcją narządu wzroku

Osoby z nieznacznej dysfunkcją wzroku powinny stosować szkła korekcyjne lub soczewki kontaktowe, mogą też w miarę potrzeb wykorzystywać oprzyrządowanie powiększające (np. lupa powiększająca, powiększalniki). Agent może używać większej czcionki bądź programu powiększającego zainstalowanego w komputerze.

Pomocne jest również odpowiednie przygotowanie stanowiska pracy, a więc jego doświetlenie, przygotowanie kontrastowego (ciemnego) tła biurka oraz eliminacja potencjalnych źródeł odblasku (matowanie powierzchni).

5.3. Osoby z dysfunkcją narządu słuchu

Osoby z niewielkimi dysfunkcjami narządu słuchu powinny stosować indywidualne aparaty wzmacniające siłę dźwięków, czyli aparaty słuchowe, które umożliwi swobodny rozmów z innymi osobami. Pomieszczenie pracy dla tych osób musi być izolowane od zewnętrznych źródeł dźwięku, należy likwidować źródła dźwięków tworzących tło akustyczne. Osoby z tego typu dysfunkcją mogą wymagać ograniczenia bądź eliminacji niektórych zadań zawodowych, na przykład tych wymagających częstych kontaktów z ludźmi. Mogą na przykład pracować w działach kreatywnych.

5.4. Osoby z dysfunkcją sfery psychicznej

W przypadku osób z niektórymi dysfunkcjami sfery psychicznej zaleca się ograniczenie lub eliminację tych zadań zawodowych, które mogą być powodem stresu lub powodują wzrost ryzyka konfliktów, czyli wszelkie bezpośrednie kontakty z innymi ludźmi. Zatrudnienie w tym zawodzie osób z niektórymi dysfunkcjami sfery psychicznej powinno



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

by poprzedzone zgodą lekarza specjalisty i odpowiednio do jego wskazówek należy dostosować środowisko pracy.

5.5. Osoby z epilepsją

Środowisko pracy agenta reklamowego z epilepsją nie może stwarzać potencjalnych zagrożeń w przypadku emisji choroby, nie może być również źródłem niebezpieczeństwa ani narażać osobę chorą na dodatkowe urazy w przypadku już zaistniałego ataku. Pomieszczenie, w którym pracuje agent reklamowy, powinno być łatwo dostępne w razie konieczności szybkiej pomocy. Osoba z epilepsją wykonująca ten zawód powinna dobrze znać swoją chorobę i umieć szybko rozpoznawać i zapobiegać atakom. Współpracownicy powinni być dobrze poinformowani o tym, w jaki sposób w razie wystąpienia ataku mogą prawidłowo udzielić pomocy. Wskazana jest praca w zespole.

Ze względu na indywidualny charakter bodźców, które mogą wywołać atak epilepsji, może się okazać konieczne ograniczenie bądź eliminacja zadań zawodowych wymagających przebywania poza biurem, w miejscach, gdzie trudno byłoby zapewnić ewentualną pomoc w sytuacji wystąpienia ataku. Wskazana praca na przykład w dziale kreacji.

Uwaga. Każdy przypadek zatrudnienia osoby z niepełnosprawnością oraz przystosowania stanowiska pracy do potrzeb i możliwości tej osoby należy rozpatrywać indywidualnie.