Інтернет-маркетолог має схожі цілі і завдання, як і його оффлайн колега – зростання впізнаваності бренду, просування товарів/послуг компанії, комунікації з аудиторією. На відміну від традиційних каналів маркетингу, онлайн-маркетинг функціонує з допомогою відповідних технологічних платформ в інтернеті.

Робота інтернет-маркетолога – це ефективні рекламні кампанії в інтернеті і збільшення кількості (якість обслуговування) клієнтів компанії. Хороший інтернет-спеціаліст має великий досвід по оцінці споживчого ринку, і розуміння, як і де задовольнити потреби потенційної/цільової аудиторії.

Фахівець в області інтернет-маркетингу відповідають за розробку стратегій, що використовуються в рекламних кампаніях товарів або послуг. Це робиться шляхом об’єднання різних джерел в інтернеті (email-розсилки, банерні і медійні мережі). Крім цього, інтернет-маркетологу необхідно на регулярній основі, проводити дослідження для виявлення більш ефективних способів досягнення цілей і планів продажів в інтернеті.

Необхідні навички професії інтернет-маркетолога:

- Знання основ маркетингу
- Тайм-менеджмент (вміння планувати і керувати часом)
- Творчі і хороші презентаційні навички
- Знання в ключових областях (SEO, соціальні медіа, контент-маркетинг, email-маркетинг, контекстна реклама)
- Знати, як планувати, створювати і реалізовувати маркетингові стратегії
- Бути в курсі маркетингових тенденцій і новин в інтернеті

Типові вимоги до інтернет-маркетологів: освіта в області маркетингу, комунікацій або менеджменту. Роботодавці, як правило, шукають працівників з не менше двох років досвіду, пов’язаних з великим досвідом в області інтернет-технологій. Важливо також мати базові уявлення про програмування.

Так як, **інтернет-маркетолога** належить щільне співробітництво з веб-розробників і веб-дизайнерами. Володіти базовими знаннями HTML і пари мов програмування (CSS, з Рубіном, з JavaScript, PHP і т. д.) буде дуже навіть до речі!