

Kierownik do spraw marketingu

122101

Inna nazwa zawodu: marketing & sales manager

Zadania i czynności

Kierownik działu marketingu i sprzedaży nadzoruje działalność działu zajmującego się sprzedażą i marketingiem. Jego głównym zadaniem jest opracowanie, wdrażanie i kontrolowanie działań marketingowych oraz kierowanie sprzedażą produktów czy usług wytwarzanych przez zatrudniającą go firmę. Swoje zadania wykonuje pod ogólnym kierownictwem dyrektorów (lub prezesów) stojących na czele firmy.

Kieruje grupą pracowników, której wielkość zależy od rozmiarów firmy. Jego zadaniem jest tworzenie (lub współtworzenie) określonego zespołu pracowników. Współuczestniczy w opracowywaniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa, dotyczącej poszerzania rynku i określania celów strategicznych firmy, wykraczając często poza zasięg krajowy. Ponadto kierowany przez niego dział dokonuje analizy rynku. Jej celem jest mierzenie i prognozowanie popytu rynkowego na dany towar lub usługę. W tym celu wykorzystuje się opinie ekspertów, analizy socjologiczne oraz badania opinii publicznej wykonywane przez kompetentne instytucje. Pod uwagę bierze się więc zarówno czynniki demograficzne, ekonomiczne, kulturowe jak i zmiany zachodzące w ich obrębie.

Do jego zadań należą również prace związane z wprowadzaniem nowych produktów na rynek i badanie poziomu akceptacji produktu przez konsumentów. W celu zwiększenia sprzedaży produktu ważny jest nadzór nad wcześniej zaplanowaną i zorganizowaną kampanią promującą sprzedaż (reklamy w środkach masowego przekazu o różnym zasięgu, pokazy, degustacje itp.)

Kierownik działu marketingu i sprzedaży współtworzy również i rozwija strategię sprzedaży produktu. Bierze udział w tworzeniu programów i strategii cenowych oraz zarządza sprzedażą. W tym celu planuje i organizuje programy sprzedaży oparte na wynikach sprzedaży i ocenie rynku. Ponadto nawiązuje i podtrzymuje kontakty ze strategicznymi klientami, wspólnie z nimi ustalając warunki współpracy i następnie czuwa nad ich właściwym przebiegiem.

Do jego obowiązków należy również nadzór nad cennikami, rabatami i terminami dostaw. Jego zadaniem jest również kontrolowanie wydatków i potwierdzanie właściwego wykorzystania środków finansowych.

Z uwagi na różnice w strukturze różnych firm zdarza się rozdział obowiązków kierownika marketingu i handlu na dwa odrębne lecz ściśle ze sobą współpracujące stanowiska (kierownik marketingu i kierownik sprzedaży).

Osoby wykonujące ten zawód nadzorują pracę podległych pracowników, poddają ocenie ich osiągnięcia oraz motywują ich do pracy. Koordynują współpracę swojego działu z pozostałymi działami w firmie. Reprezentują wydział zarówno w stosunku do innych działów tej samej firmy jak też wobec instytucji zewnętrznych. Zadaniem kierownika jest również sporządzanie okresowych sprawozdań z pracy podległego sobie działu oraz coroczny bilans, obejmujący całokształt pracy.