

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES COORDINADOR DE MARKETING PROVISIONAL	
--	--	--

I TÍTULO DEL CARGO : COORDINADOR DE MARKETING

II UBICACIÓN DEL CARGO

Área : **FINANZAS**

III RELACIONES JERARQUICAS

Reporta a :

Supervisa a :

IV OBJETIVO DEL PUESTO

Elaborar, ejecutar y controlar acciones de Marketing que permitan alcanzar altos niveles de concurrencia del público a las Salas Tragamonedas, logrando la fidelización de los clientes y alta satisfacción de los servicios prestados.

V FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Realizar visitas a las Salas de Lima bajo su responsabilidad, como mínimo tres veces por semana, tanto en turno diurno y nocturno, efectuando reuniones con los administradores para conocer sus necesidades, sugerencias y mantener comunicación permanente con las Salas de provincia, a fin de determinar las estrategias de Marketing más convenientes. Así mismo programar visitas semanales a Salas de la competencia como mínimo tres por semana.
2. Ingresar obligatoriamente y en forma permanente a las páginas consideradas como los medios de comunicación principales en la Empresa, llamados Salones y Personas Network, con el fin de revisar información de importancia y/o competencia para la gestión de sus procesos y atender los requerimientos de las áreas o Gerencia General en forma eficiente y oportuna. Caso contrario asumirá las sanciones establecidas en el Reglamento Interno de Trabajo.
3. Presentar los días lunes de cada semana un informe en detalle de la situación de cada una de sus salas en base a las visitas y reuniones efectuadas, incluir sus conclusiones y recomendaciones correspondientes.
4. Presentar un informe quincenal los días 03 y 18 de cada mes, referente al análisis de: campañas especiales, eventos, inauguraciones, relanzamientos, fechas importantes, aperturas de competencia, sorteos grandes, etc. Este informe debe incluir:
 - Cuadros comparativos de la producción del periodo en análisis respecto a periodos anteriores similares.
 - Cantidad de público asistente en el periodo señalado, coordinar con la Gerencia de Tragamonedas correspondiente.
 - Impactos de los sorteos, los comentarios existentes. (Renovar periódicamente los métodos para captar esta información)
 - Análisis referente a la competencia.
 - Indicar las campañas promocionales que se están realizando en cada sala.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES COORDINADOR DE MARKETING PROVISIONAL	
--	--	--

5. Realizar acciones de investigación de mercado a fin de identificar al cliente objetivo o clientes tipo de cada Sala según la zona, tipo de máquina, horario, días de semana, etc.; así como realizar encuestas a nuestros clientes sobre niveles de satisfacción y expectativas según el servicio prestado en las Salas.
6. Presentar un plan de acción para los casos de apertura de competencia, de acuerdo al esquema existente.
7. Actualizar permanentemente el programa de promociones dirigidas a los progresivos, jingle, volantes y toda la publicidad necesaria. Mantener actualizado el listado de premios de vitrina de sus salas.
8. Proponer a su Jefatura nuevos sistemas de sorteos, campañas y promociones que sean atractivas, novedosas y efectivas a fin de que logren incrementar la producción de las Salas Tragamonedas.
9. Coordinar con la Gerencia de Tragamonedas que le sea asignada, apoyo publicitario para las máquinas nuevas enviadas a Salas.
10. Brindar el apoyo publicitario y logístico de manera oportuna que requiera la promoción que haya sido propuesta por los administradores y hay sido aprobada.
11. Apoyar en el desarrollo de campañas publicitarias y sistemas de Marketing a los responsables de las salas de Ecuador, Colombia, Nicaragua, Honduras y otras de próxima apertura, manteniendo comunicación constante con las mismas.
12. Realizar el seguimiento a la ejecución de las promociones a fin de realizar ajustes si fuera necesario e informar a su Jefe inmediato el impacto y aceptación de cada campaña.
13. Comunicar a su Jefatura toda promoción a implementar y que esté fuera del presupuesto de la Sala para solicitar la aprobación a la Gerencia de Finanzas.
14. Mantener una comunicación directa y permanente con los Administradores de Salas de Lima y provincias, con la finalidad de incentivar el esfuerzo para captar clientes.
15. Elaborar el Presupuesto Quincenal de Marketing (premios, promociones, degustaciones, Derby, cena, etc.) para cada sala de Lima y provincias para que sea presentado a la Gerencia de Finanzas.
16. Elaborar el cronograma mensual de sorteos y de ejecución semanal en coordinación con los Administradores de Sala.
17. Efectuar el seguimiento a la ejecución de los sorteos semanales vía RTP a los Administradores de Sala.
18. Coordinar con los Administradores para determinar los gastos de las promociones, eventos especiales, contratación de orquestas, bailarinas, etc.
19. Realizar con la debida anticipación los requerimientos a Imprenta de volantes, tickets, tarjetas de cumpleaños y de invitación para las Salas.
20. Recepcionar el material publicitario elaborado por la Imprenta y coordinar su envío a Salas de Lima y provincias para los sorteos y promociones diversas.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES COORDINADOR DE MARKETING PROVISIONAL	
--	--	--

21. Confirmar que el material haya llegado a salas, supervisando y haciendo el seguimiento respectivo vía RTP, de todos los envíos hasta cerciorarse que el Administrador los haya recibido.
22. Atender los requerimientos descritos en los informes de Sala de Lima y provincias inherentes a su área, previa evaluación de la necesidad y aprobación del Jefe inmediato.
23. Evaluar los informes de la Jefatura de Inspectoría respecto a observaciones que conciernen a su competencia y emitir la justificación respectiva.
24. Coordinar la organización de inauguraciones, reinauguraciones, aniversarios y diversos eventos para promocionar las Salas bajo su responsabilidad.
25. Apoyar en temas de Marketing en los negocios del Grupo empresarial tales como: Imprenta, pantalones, Hotel y otros que se le indiquen a través de promociones, volantes, estudios de mercado y otros que se consideren necesarios.
26. Participar activamente en la página de Personas Network.
27. En su visita a las salas deberá observar la presentación, decoración y calidad de la atención a los clientes que brinda el personal para sugerencias y aportes a favor de mejoras.
28. Planificar eventos y actividades para recaptura de clientes en salas de baja producción (invitaciones, cena, premios).
29. Coordinar con la Jefatura Legal para la obtención de las RD (Resoluciones Directorales) para los sorteos y promociones específicas.
30. Asistir a los sorteos de salas tragamonedas de Lima en forma rotativa, apoyando a su personal y supervisar el cumplimiento de los procedimientos.
31. Tener encendido el RPC asignado las 24 hrs, para absolver consultas que correspondan a su competencia.
32. Ante cualquier actividad que implique gastos, los colaboradores están en la obligación de buscar el beneficio y ahorro para la empresa.
33. Considerar que está prohibido llevarse información en CD, diskettes, escritos u otros medios relacionados a las actividades de la Gerencia de Marketing.
34. Cumplir con los horarios establecidos, registrando su ingreso y salida del centro de trabajo de acuerdo con los sistemas de control dispuestos por la empresa.
35. Mantener informado al Jefe inmediato de cualquier anomalía o desviación que se presente en la ejecución de sus actividades.
36. Acudir al centro de trabajo vestido formalmente, estando prohibido usar ropa sport a excepción de los días sábados.
37. Utilizar los medios de comunicación telefónicos, Internet, correo electrónico y chat exclusivamente para la ejecución de sus funciones.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES COORDINADOR DE MARKETING PROVISIONAL	
--	--	--

-
38. Tener en cuenta que está prohibido instalar software, programas de cómputo, bajar música o cualquier información de Internet que sea de interés personal y chatear en las computadoras de la empresa, sin autorización del Jefe del área.
 39. Cumplir con los reglamentos internos y todo tipo de disposiciones de trabajo o comunicados emitidos por la empresa.
 40. Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato y que permitan cumplir con el objetivo del puesto.
 41. Ante cualquier actividad que implique gastos, los colaboradores están obligados de buscar el beneficio y ahorro para la empresa.
 42. Las demás funciones que sin estar expresadas se desprendan como inherentes al cargo.