

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES JEFE DE MARKETING	MOF-MKT-002
--	---	--------------------

I. TITULO DEL CARGO : JEFE DE MARKETING – ZONAS
(Confianza)

II. UBICACIÓN DEL CARGO

Área : MARKETING

III. RELACIONES JERARQUICAS

Reporta a : Gerente General
Gerente de Marketing

Supervisa a : Diseñador
Coordinador de Marketing
Secretaria de Marketing
Asistente de Marketing

IV. OBJETIVO DEL PUESTO

Planificar, organizar, dirigir y controlar actividades y estrategias de promoción y marketing para la mayor captación de clientes y para incrementar la producción de las Salas y demás rubros del negocio, logrando la fidelización y alta satisfacción con el servicio prestado, sugiriendo además oportunidades de nuevos negocios.

V. FUNCIONES GENERALES

1. Cumplir las normas y dispositivos generales establecidos por la Empresa en forma diaria, con eficiencia y efectividad necesarias.
2. Cumplir con los reglamentos internos y todo tipo de disposiciones de trabajo, comunicados y normas de seguridad emitidos por la Empresa.
3. Informar de manera inmediata al Jefe del Área las ocurrencias o incidentes que se hayan suscitado sobre asuntos inherentes a su cargo, con oportunidad y eficiencia para su evaluación y toma de medidas.
4. Verificar que su puesto de trabajo cuente con el ambiente y equipamiento necesarios para el desarrollo de sus funciones.
5. Apoyar en la limpieza y orden del espacio asignado.
6. Participar de manera obligatoria a los Cursos de Capacitación programados por el Departamento de Capacitación y Desarrollo cuando le sea indicado.
7. Participar activamente en la página de Personas Network y Salones Network.
8. Mantener en absoluta reserva y confidencialidad el código de usuario asignado para el uso de salones Network, haciéndose responsable de toda información que se envíe por medio de esta cuenta.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES JEFE DE MARKETING	MOF-MKT-002
--	---	--------------------

9. Participar en el concurso Ganando con Imaginación en Salones Network asunto Planes Gerenciales – Perú – Administradores Destacados de la semana correspondiente, cada vez que sea nombrado jurado del concurso, debiendo leer, analizar e interactuar activamente con los Administradores y/o personal encargado de sala sobre las participaciones publicadas respecto a cualquier tema designado para concursar en la semana y emitir individualmente un comentario motivador respecto a la participación y su calificación asignando la cantidad de 1 a 5 estrellas que considere conveniente (se considera 5 estrellas como una excelente idea).
10. Realizar otras actividades que le sean asignadas por el Jefe del Área y que le permitan cumplir con el objetivo del puesto.

VI. FUNCIONES ESPECIFICAS

1. Levantar un Acta de todas las reuniones que lleven a cabo en su área, con las firmas y sellos de los participantes, para lo cual solicitará el apoyo de su Secretaria. Dichas Actas serán solicitadas en cualquier momento por el Gerente General.
2. Deberán conocer, analizar y atender en forma diaria e inmediata los requerimientos que encuentren en las páginas de Salones Network.
3. Deberán nombrar a una persona de su área a efectos que proceda a escanear los puntos de Salones Network, y les pasen a ustedes un resumen de lo más importante para que den solución inmediata.
4. Elaborar estrategias de marketing para cada Sala orientadas a incrementar la producción de las mismas.
5. Analizar los presupuestos promocionales por Sala y plantear sugerencias para el óptimo empleo del mismo.
6. Identificar y definir las características de nuestro cliente objetivo o clientes tipo de la Sala según zona, tipo de máquina, horario, días de semana, etc.
7. Planificar estudios y encuestas para conocer gustos, preferencias y necesidades del público – clientes de la Sala, lo que nos permitirá medir los niveles de satisfacción y expectativas del servicio prestado, definiendo e implementado niveles de mejora y ponernos en comparativo frente a la competencia.
8. Supervisar los resultados de los Focus Group efectuados por los Coordinadores correspondientes a los clientes de nuestras salas, analizando los resultados de los mismos y traduciéndolos en objetivos para la empresa.
9. Evaluar y definir las necesidades promocionales de cada Sala Tragamonedas, monitorear la implementación y evaluación de resultados verificando constantemente el logro de los objetivos del área.
10. Evaluar la producción de cada Sala y analizar los resultados de impacto y aceptación de cada campaña e identificar nuevas necesidades y expectativas de los clientes a fin de implementar nuevas estrategias.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES JEFE DE MARKETING	MOF-MKT-002
--	---	--------------------

11. Coordinar semanalmente con la Gerencia de Tragamonedas la producción de las Salas especificando la producción bruta y neta de cada máquina a través de la información que ésta le emita.
12. Evaluar la producción de cada Sala a fin de implementar estrategias promocionales que incrementen la misma.
13. Mantener comunicación estrecha con los Administradores de Salas utilizando el RPC y/o correo electrónico o realizar visitas semanales y/o periódicas a Salas fin de analizar el impacto de las promociones implementadas y el desarrollo conjunto de estrategias orientadas a mejorarlas.
14. Mantener constante comunicación y coordinación con la jefatura inmediata.
15. Coordinar con el área de Inspectoría y Seguridad a fin de contar con un representante de dichas áreas en las fechas de los sorteos permitiendo esto avalar la transparencia de los mismos.
16. Planificar y organizar los trabajos de diseño para garantizar la entrega oportuna del material de promociones a las Salas Tragamonedas.
17. Desarrollar, coordinar y explotar las ideas sobre campañas y promociones propuestas por los Administradores, solicitando su apoyo en la implementación de las mismas informando así mismo a la Gerencia de Tragamonedas.
18. Coordinar con la Gerencia de Tragamonedas lo referente a eventos especiales a fin de coordinar las actividades a realizarse, manteniendo además estrecha comunicación con dicha Gerencia a fin de evaluar los diversos factores que intervienen en el establecimiento de acciones de marketing a seguir en cada Sala.
19. Coordinar con la Gerencia de Tragamonedas la entrega de Códigos de Autorización de Gastos a los Administradores para la ejecución de actividades de marketing que así lo ameriten.
20. Solicitar a la Jefatura de Recursos Humanos la contratación y movimiento de Jocketas entre las Salas que cuentan con Derby.
21. Coordinar con el Asistente de Marketing el despacho de los premios y material publicitario a las Salas que lo requieran.
22. Realizar la evaluación permanente del impacto de las promociones en las salas.
23. Establecer indicadores de productividad del área elaborando periódicamente estadísticas de los resultados obtenidos y otros índices que proporcionen información acerca de la efectividad de la gestión del área.
24. Identificar nuevas oportunidades de negocio tales como: apertura de salas en zonas de alto potencial, nuevos puntos de venta y otras que pueda considerar de importancia, planteándole los estudios de factibilidad a la Gerencia General.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES JEFE DE MARKETING	MOF-MKT-002
--	---	--------------------

25. Desarrollar los planes estratégicos planteados para el rubro de Tragamonedas, siguiendo un cronograma de acción, cumpliendo con los plazos establecidos e informando a su Jefatura inmediata sobre los avances y logros.
26. Participar a las reuniones del Directorio e informar sobre los avances del Área y los resultados obtenidos a partir de las estrategias implementadas.
27. Analizar los informes emitidos por el Área de Inspectoría a fin de dar respuesta a los requerimientos concernientes a la Jefatura de Marketing.
28. Mantener un alto rendimiento de los trabajadores asignados a su área a través de supervisión constante de sus labores y reconocimiento por las iniciativas y creatividad mostradas.
29. Mantener permanentemente comunicación con la Gerencia de Marketing de la Sede Central debiendo informar sobre los procedimientos; así mismo deberá mantenerse informado de las operaciones que se ejecutan en sede para ello deberá mantener contactado vía skype.
30. Mantener su RPC encendido las 24 horas del día, para lograr una comunicación permanente y efectiva en casos de urgencia, teniendo bajo su responsabilidad la custodia de dicho equipo.
31. Proporcionar a la Gerencia pertinente la información solicitada que sea inherente a sus actividades, con la eficiencia y oportunidad necesaria.
32. Asistir puntualmente a las reuniones de planeamiento de las inauguraciones de Salas, informando el avance de las estrategias de marketing a desarrollarse y los trabajos de inauguración correspondientes al Área.
33. Evaluar la asistencia, puntualidad, rendimiento y demás factores de calificación de los trabajadores asignados a su área en forma permanente.
34. Supervisar en su área de trabajo el cumplimiento de todas las normas y procedimientos de trabajo y de seguridad establecidos por la empresa.
35. Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato y que permitan cumplir con el objetivo del puesto.

VII. PROHIBICIONES

1. Acudir al centro de trabajo vestido con ropa sport o casual a excepción de los días sábados.
2. Instalar software, programas de cómputo, bajar música o cualquier información de Internet, de interés personal, chatear; en las computadoras de la empresa, sin autorización del jefe del área.
3. Retirar Cd's, diskettes, planos, materiales u otros sin autorización del Jefe del Área.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES JEFE DE MARKETING	MOF-MKT-002
--	---	--------------------

4. Usar los medios de comunicación telefónicos, Internet, Correo electrónico, Chat para beneficio propio y no para la ejecución de sus funciones.
5. Retirar información en CD, diskettes, escritos u otros medios relacionados a las actividades de su área, sin la autorización del jefe del área.
6. Retirar materiales, herramientas y/o implementos asignados al área sin autorización de la jefatura del área y sin guía de remisión.
7. Relacionarse o tener un vínculo sentimental con sus compañeros de trabajo o con los clientes, que afecten las relaciones laborales o comerciales en su centro de trabajo.
8. Presentarse al centro de trabajo en estado de ebriedad o con signos evidentes de haber consumido licor u otras sustancias alucinógenas.
9. Crear conflictos con el personal.
10. Las demás contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo.