

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENTE DE MARKETING	MOF-MARKETING-001
--	--	--------------------------

**I. TITULO DEL CARGO : GERENTE DE MARKETING
(Confianza)**

II. UBICACIÓN DEL CARGO

Área : MARKETING

III. RELACIONES JERARQUICAS

Reporta a : Gerente General

Supervisa a : Coordinador de Marketing
Asistente
Diseñador Grafico
Modelo / Anfitriona
Asistente de Redes Sociales

IV. OBJETIVO DEL PUESTO

Planificar, organizar, controlar y dirigir las actividades, estrategias de promoción y marketing para mayor captación de clientes e incremento de la producción de las Salas y demás rubros del negocio, con la finalidad de lograr la fidelización de los clientes y alta satisfacción con los servicios prestados, 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 Gerente General las ocurrencias, incidencias que se hayan suscitado sobre asuntos inherentes a su cargo, con oportunidad y eficiencia para su evaluación y toma de medidas.
4. Asistir obligatoriamente a los Cursos de Capacitación programados por el Departamento de Capacitación y Desarrollo cuando le sea indicado.
5. Realizar otras actividades que le sean asignadas por el Gerente General y que le permitan cumplir con el objetivo del puesto.

VI. FUNCIONES ESPECIFICAS

1. Conocer, analizar y atender en forma diaria e inmediata los requerimientos que encuentren en las páginas de Salones Network que sean de su competencia.

Documento elaborado por la Unidad de Organización y Métodos del Área de Capacitación y Desarrollo	VERSIÓN 01	FECHA DE VIGENCIA Febrero 2012	Página 1 de 5
--	----------------------	--	---------------

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENTE DE MARKETING	MOF-MARKETING-001
--	--	--------------------------

2. Designar a una persona del Área a efectos que proceda a revisar la información publicada en Salones Network y lo mantenga informado mediante la presentación de un resumen de lo más importante para dar solución inmediata a las ocurrencias o incidencias que se presenten.
3. Levantar un Acta de todas las reuniones que lleven a cabo en su área, consignándose fecha, motivo de la reunión, firmas y sellos de los participantes, para lo cual solicitará el apoyo de su asistente. Dichas Actas serán solicitadas en cualquier momento por el Gerente General.
4. Elaborar estrategias de marketing para cada Sala de Lima y provincias orientadas a incrementar la producción de las mismas.
5. Analizar los presupuestos promocionales por Sala y plantear sugerencias para su óptimo empleo, considerando planteamientos innovadores para la programación de actividades durante el año.
6. Identificar y definir las características de nuestro cliente objetivo o clientes tipo de la Sala según la zona, tipo de máquina, horario, días de semana, etc.
5. Planificar estudios y encuestas para conocer gustos, preferencias y necesidades del público – clientes de la Sala, que nos permita medir los niveles de satisfacción y expectativas de los servicios brindados, definiendo e implementado niveles de mejora y ponernos en comparativo frente a la competencia.
6. Supervisar los resultados de los Focus Group efectuados por los Coordinadores de Marketing de los clientes de nuestras Salas, analizando los resultados y traduciéndolos en objetivos para la empresa.
7. 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, acorde a los objetivos organizacionales.
8. 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 que generen incremento en la producción.
9. Coordinar semanalmente con la Contraloría General de Operaciones la producción de las Salas especificando la producción bruta y neta de cada máquina, a través de la información que le sea alcanzada por el Área de Análisis de Producción.
10. Evaluar la producción de cada Sala a fin de implementar estrategias promocionales que conlleven a incrementarla, así como al mejoramiento continuo.
11. Mantener comunicación estrecha con los Administradores de Salas de Lima y provincias utilizando el medio principal de comunicación Salones Network y apoyándose en el RPC y correo electrónico; de igual forma, realizar visitas semanales o periódicas a Salas fin de analizar el impacto de las promociones implementadas y el desarrollo conjunto de estrategias orientadas a mejorarlas.
12. Coordinar con las áreas de Inspectoría y Seguridad con la finalidad de contar con un representante de dichas áreas en las fechas de los sorteos, permitiendo que se avale la transparencia de los mismos.

Documento elaborado por la Unidad de Organización y Métodos del Área de Capacitación y Desarrollo	VERSIÓN 01	FECHA DE VIGENCIA Febrero 2012	Página 2 de 5
--	----------------------	--	---------------

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENTE DE MARKETING	MOF-MARKETING-001
--	--	--------------------------

13. Planificar y organizar los trabajos de diseño que sean programados y supervisar la ejecución de dichas labores en forma diaria, para garantizar la oportuna entrega del material de promociones a las salas tragamonedas.
14. Desarrollar, coordinar y explotar las ideas sobre campañas y promociones propuestas por los Administradores y solicitar su apoyo para su implementación, informando sobre los avances y coordinaciones realizadas a la Contraloría General de Operaciones.
15. Coordinar con la Contraloría General de Operaciones la ejecución de eventos especiales y actividades a realizarse, manteniendo estrecha comunicación a fin de evaluar los diversos factores que intervienen en el establecimiento de acciones de marketing a seguir en cada Sala.
16. Coordinar con la Contraloría General de Operaciones la entrega de códigos de autorización de gastos a los Administradores para la ejecución de actividades de marketing que así lo ameriten.
17. Solicitar a la Jefatura de Recursos Humanos la contratación y movimiento de Jocketas entre las Salas que cuentan con Derby.
18. Coordinar y supervisar al Asistente de Marketing el despacho de los premios y material publicitario que sea realizado en forma diaria a las Salas, según requerimientos.
19. Realizar la evaluación permanente del impacto de las promociones en las salas.
20. Efectuar visitas periódicas a los puntos de venta recabando la información necesaria para efectuar las mejoras y el incremento del nivel de ventas.
21. Desarrollar y coordinar la definición de campañas y promociones novedosas que sean efectivas según grupo de clientes identificados de los negocios de la corporación.
22. Diseñar y planificar estrategias de promoción y marketing para el incremento de la rentabilidad de la Imprenta Kinkos, otros locales y proyectos encargados por la Gerencia General, que permitan alcanzar los objetivos y metas establecidas por el Grupo empresarial.
23. Diseñar y planificar estrategias de promoción y marketing para el incremento de la rentabilidad del Hotel Wimbledon lo que permita alcanzar las metas establecidas por la empresa.
24. 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, para su informe a la Jefatura superior.
25. 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 o estudios de mercado a la Gerencia General.
26. Desarrollar los planes estratégicos planteados para el rubro de Tragamonedas, imprenta Kinkos, Hotel Wimbledon y demás negocios del Grupo empresarial

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENTE DE MARKETING	MOF-MARKETING-001
--	--	--------------------------

siguiendo un cronograma de acción, cumpliendo con los plazos establecidos e informando a su Jefatura inmediata sobre los avances y logros obtenidos.

27. Asistir a las reuniones del Directorio e informar sobre los avances del área y los resultados obtenidos a partir de las estrategias implementadas.
28. Analizar los informes emitidos por las áreas de Inspectoría a fin de dar respuesta a los requerimientos concernientes a la Gerencia de Marketing.
29. Supervisar constantemente las labores asignadas al personal a su cargo promoviendo un alto rendimiento y reconociendo las iniciativas y creatividad demostradas.
30. Proporcionar a la Gerencia General la información solicitada que sea inherente a sus actividades, con la eficiencia y oportunidad necesaria.
31. 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.
32. Participar activamente en la página de Personas Network, calificando al personal a su cargo.
33. Ante cualquier actividad que implique gastos, los colaboradores están en la obligación de buscar el beneficio y ahorro para la empresa.
34. Efectuar oportunamente las rendiciones de movilidad y viáticos cada vez que retorna de viaje a Caja Chica y/o Caja Central según corresponda, cumpliendo con las disposiciones y presentando los documentos de rendición establecidos en el procedimiento para dicho fin. Asimismo, efectuar la devolución de viáticos a Caja Central de ser el caso.
35. Ante cualquier actividad que implique gastos, los colaboradores están obligados de buscar el beneficio y ahorro para la empresa.
36. Las demás funciones que sin estar expresadas se desprendan como inherentes al cargo.

VII. PROHIBICIONES

1. Instalar software, programas de cómputo, bajar música o cualquier información de Internet, de interés personal, chatear; en las computadoras de la empresa, sin autorización de la Gerencia.
2. Usar los medios de comunicación telefónicos, Internet, Correo electrónico, Chat para beneficio propio y no para la ejecución de sus funciones.
3. Retirar información en CD, diskettes, escritos u otros medios relacionados a las actividades de su área, sin la autorización de la Gerencia.
4. Ingresar con computadoras portátiles a la empresa si no cuentan con la autorización de la Gerencia General; así mismo éstas no deben ser conectadas a la red de la Empresa.

Documento elaborado por la Unidad de Organización y Métodos del Área de Capacitación y Desarrollo	VERSIÓN 01	FECHA DE VIGENCIA Febrero 2012	Página 4 de 5
--	----------------------	--	---------------

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENTE DE MARKETING	MOF-MARKETING-001
--	--	--------------------------

5. Retirar materiales, herramientas y/o implementos asignados al área sin autorización de su Gerencia y sin guía de remisión.
6. 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.
7. Presentarse al centro de trabajo en estado de ebriedad o con signos evidentes de haber consumido licor u otras sustancias alucinógenas.
8. Crear conflictos con el personal.
9. Las demás contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo.