

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

I TITULO DEL CARGO: JEFE DE MARKETING

II UBICACIÓN DEL CARGO

Área : Marketing

III RELACIONES JERARQUICAS

Reporta a : Gerente General

Supervisa a : Diseñador
Coordinador de Marketing
Secretaria de Marketing
Auxiliar de Marketing
Asistente de Imagen Institucional

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 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 de Lima y Provincias orientadas a incrementar la producción de las mismas.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

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.
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 de Lima y Provincias utilizando el RTP 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. 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.
15. Planificar y organizar los trabajos de diseño para garantizar la entrega oportuna del material de promociones a las Salas Tragamonedas.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

16. 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.
17. 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.
18. 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.
19. Solicitar a la Jefatura de Recursos Humanos la contratación y movimiento de Jocketas entre las Salas que cuentan con Derby.
20. Coordinar con el Asistente de Marketing el despacho de los premios y material publicitario a las Salas que lo requieran.
21. Realizar la evaluación permanente del impacto de las promociones en las salas.
22. Efectuar visitas periódicas a los puntos de venta recabando la información necesaria para efectuar las mejoras y el incremento del nivel de ventas.
23. Analizar la estadística de la venta de pantalones con la finalidad de tomar medidas e implementar estrategias que logren alcanzar los objetivos planteados.
24. Supervisar que el trabajo realizado por el encargado de venta de pantalones se dirija a obtener las metas trazadas, solicitando la información que se requiera para la toma de decisiones.
25. Desarrollar y coordinar la definición de campañas y promociones novedosas que sean efectivas según grupo de clientes identificados de los negocios de la corporación.
26. 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.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

27. 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.
28. 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.
29. 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.
30. Desarrollar los planes estratégicos planteados para el rubro de Tragamonedas, imprenta Kinkos, Hotel Wimbledon y demás negocios de la Corporación siguiendo un cronograma de acción, cumpliendo con los plazos establecidos e informando a su Jefatura inmediata sobre los avances y logros.
31. Asistir a las reuniones del Directorio e informar sobre los avances del Área y los resultados obtenidos a partir de las estrategias implementadas.
32. Analizar los informes emitidos por el Área de Inspectoría a fin de dar respuesta a los requerimientos concernientes a la Jefatura de Marketing.
33. 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.
34. Mantener permanentemente comunicación con sus homólogos en el exterior (Ecuador, Nicaragua, Honduras y Colombia), debiendo informar sobre los procedimientos que se implementan en sede; así mismo deberá mantenerse informado de las operaciones que se ejecutan en el exterior para ello deberá mantener contactado vía messenger, debiendo mantener la siguiente estructura: área, nombre y apellido-Perú, en caso de no recibir la información requerida informar a la jefatura inmediata y/o Gerencia General.
35. Mantener su RTP 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.
36. Proporcionar a la Gerencia pertinente la información solicitada que sea inherente a sus actividades, con la eficiencia y oportunidad necesaria.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

37. 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.
38. Evaluar la asistencia, puntualidad, rendimiento y demás factores de calificación de los trabajadores asignados a su área en forma permanente.
39. Supervisar en su área de trabajo el cumplimiento de todas las normas y procedimientos de trabajo y de seguridad establecidos 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.