

Должностная инструкция маркетолога 2021

1. Вводные понятия (общие)

1.1. Маркетолог является штатной единицей компании.

1.2. Маркетолог становится штатной единицей после назначения на должность, с момента подписания соответствующего распоряжения генеральным директором.

1.3. Маркетолог является в подчинении человека, отвечающего за курирование маркетингового направления и/или непосредственно генерального директора и/или любого другого лица, в иерархической цепочке предприятия, кого уполномочил генеральный директор.

1.4. Должность маркетолога, может занимать специалист, имеющий следующие параметры: опыт работы на аналогичной должности не менее 2-х лет, имеющий профильное образование или любое смежное Высшее образование.

1.5. При условии отсутствия маркетолога по любым причинам (болезнь, отпуск, отгул), его обязанности исполняет другой человек, назначенный распоряжением генерального директора. При этом маркетолог обязан ввести его в курс дела и предоставить все необходимые для работы инструменты не ранее чем за неделю, до своего утвержденного отсутствия.

1.6. Маркетолог должен знать и понимать:

- теоретические и фундаментальные принципы маркетинга и маркетинговой деятельности;
- уметь проводить исследования и работать с аналитическими инструментами;
- уметь формировать план продвижения и ставить достижимые цели и задачи;
- работать с основными маркетинговыми и аналитическими инструментами (такими как Google Аналитика, и другими, которые относятся к специфике вашей ниши);
- уметь анализировать и формировать портреты целевой аудитории;
- разбираться в современных рекламных каналах и инструментах;
- повышать свои профессиональные навыки и совершенствоваться;
- плюсом будут знания экономики, брендинга и смежных профессий.

1.7. При своей деятельности, маркетолог руководствуется:

- актами и законами страны, на территории которой ведется деятельность;
- писанным или устным уставом организации, правилами и нормативными актами, которые использует организация при проведении и планировании своей деятельности;
- непосредственными (в том числе – устными) распоряжениями своего руководства;
- этой должностной инструкцией, актуальность которой, датируется 2021 годом.

2. Должностные обязанности маркетолога 2021

На маркетолога возложена важная миссия по продвижению компании, при этом, он имеет ряд обязанностей, которых обязан придерживаться. Маркетолог выполняет такие должностные обязанности:

- 2.1. Выполняет исследования, связанные с аналитикой рынка, следит за факторами, влияющими на продукт и деятельность компании. Анализирует спрос и предложение, сезонность. Отслеживает ТОП-5 конкурентов.
- 2.2. На основе данных пункта 2.1. составляет стратегию продвижения предприятия на малую и среднесрочную перспективу, утверждает её с руководством после проведения презентации. По необходимости вносит доработки и изменения.
- 2.3. Базируясь на пункте 2.1. и тестовых рекламных активностях, считает и предлагает оптимальный бюджет на маркетинг.
- 2.4. Работает с портретом Целевой Аудитории для сегментации рынка и выделения приоритетных групп для маркетинговой деятельности.
- 2.5. Внедряет DIGITAL инструменты и модернизирует рекламные каналы.
- 2.6. В некоторых случаях, влияет на ценовую политику компании.
- 2.7. Работает с коммерческими предложениями и партнерами.
- 2.8. Определяет каналы маркетинговой деятельности, измеряет их эффективность и оптимизирует расходы.
- 2.9. Настраивает процесс сбора информации от ЦА и покупателей об удовлетворенности сервисом/услугой. Работает над увеличением лояльности к бренду/компании.
- 2.10. Проводит промо и рекламные мероприятия.
- 2.11. Стимулирует продажи и разрабатывает сезонные предложения.
- 2.12. Участвует в формировании стиля предприятия/товара/бренда.
- 2.13. Самое важное! Анализирует эффективность всех выше изложенных мероприятий. Исключает неэффективные и ведет работу над ошибками.
- 2.14. Составляет следующий план продвижения, исходя из допущенных ошибок и упущенных возможностей предыдущего плана. Постоянно оптимизирует рекламную коммуникацию с клиентом.
- 2.15. Находится в тесном контакте с руководством для согласования видения и дальнейшей стратегии.

3. Права маркетолога

Маркетолог как штатная единица имеет право:

- 3.1. Делать запросы структурным подразделениям с целью получения статистических данных, и/или данных, содержащих коммерческую тайну по согласованию с генеральным директором.
- 3.2. Быть уполномоченным лицом, представляющим интересы компании на всевозможных официальных и не официальных мероприятиях.
- 3.3. Коммуницировать с представителями других структурных подразделений и их руководством.
- 3.4. Выносить на рассмотрение руководства изменения, связанные с оптимизацией текущей должностной инструкции.
- 3.5. Подписывать документы, которые относятся к маркетинговой деятельности (в пределах своей компетенции).

4. Ответственность маркетолога

Маркетолог отвечает за:

- 4.1. Халатное исполнение должностных обязанностей, работы/возложенных на него обязанностей.
- 4.2. Игнорирование и намеренное несоблюдение распоряжений, указов, инструкций или законов, повлекших убытки или недополученную выгоду предприятием. Наложения на предприятие санкций, по вине маркетолога.
- 4.3. Несвоевременное выполнение поручений и рабочего плана.
- 4.4. Нарушение трудовой дисциплины, актов и устава предприятия, которые распространяются на все штатные единицы.
- 4.5. Грубое и халатное отношение к другим сотрудникам организации.
- 4.6. Не предоставление информации, повлекшей невыполнение своих трудовых обязанностей другими сотрудниками и/или повлекшей за собой убытки.

Услуги аутсорсинг маркетинга: <https://m-factory.pro/preimuchestva-aytsorsing-marketinga>

Разработка сайта, SEO оптимизация, контент маркетинг, полный аутсорсинг маркетингового направления Вашей компании.

