

Должностная инструкция бренд-менеджера

1. Общие положения

- 1.1. Бренд-менеджер относится к категории руководителей.
- 1.2. Назначение на должность бренд-менеджера и освобождение от нее производится приказом руководителя предприятия.
- 1.3. Бренд-менеджер подчиняется непосредственно коммерческому директору или руководителю отдела маркетинга.
- 1.4. На время отсутствия бренд-менеджера его права и обязанности переходят к другому должностному лицу, назначенному в установленном порядке. Данное лицо приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.
- 1.5. На должность бренд-менеджера назначается лицо, имеющее профессиональное (экономическое) образование, дополнительную подготовку по менеджменту и маркетингу, стаж работы в области торгового менеджмента и маркетинга.
- 1.6. Бренд-менеджер должен знать:
 - законы и нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление предпринимательской и коммерческой деятельности;
 - рыночную экономику, предпринимательство и основы ведения бизнеса;
 - конъюнктуру рынка;
 - ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров;
 - методы ценообразования, стратегию и тактику ценообразования;
 - основы маркетинга (концепцию маркетинга, основы управления маркетингом, способы и направления исследования рынка);
 - закономерности развития рынка и формирования спроса на товары;
 - теорию менеджмента, макро и микроэкономики, делового администрирования;
 - основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний;
 - основы и принципы PR-технологий;
 - психологию и принципы продаж;
 - особенности бренда, технологию производства;
 - порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров;
 - торговое и патентное законодательство;
 - этику делового общения;
 - правила установления деловых контактов;
 - основы социологии и психологии;
 - иностранный язык;
 - структуру управления предприятием;
 - методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютера.
- 1.7. Бренд-менеджер руководствуется в своей деятельности:
 - законодательными актами РФ;
 - уставом компании, правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами компании;
 - приказами и распоряжениями руководства;
 - настоящей должностной инструкцией.

2. Функциональные обязанности бренд-менеджера

Бренд-менеджер банка выполняет следующие должностные обязанности:

- 2.1. Изучает особенности продвигаемого продукта, анализирует требования потребителей к продукту на основе результатов маркетинговых исследований.



- 2.2. Осуществляет анализ рынка, определяет целевые потребительские сегменты рынка для предложения продукта.
- 2.3. Разрабатывает стратегию продвижения продукта на рынок с учетом предложений подразделений маркетинга и рекламы по проведению рекламных кампаний, выставок, презентаций, иных PR-акций.
- 2.4. Организует проведение презентаций продукта потенциальным покупателям и потребителям, тематических семинаров (профессиональное консультирование о потребительских свойствах и качествах продукта).
- 2.5. Разрабатывает ценовую политику по продукту, определяет условия продажи товаров (системы скидок и льгот отдельным группам покупателей).
- 2.6. Прогнозирует объемы продаж.
- 2.7. Составляет бюджет по продукту, осуществляет расчет ожидаемой прибыли и рентабельности с момента внедрения продукта на рынок, определяет возможность убытков для предприятия на первых этапах продвижения продукта и разрабатывает предложения по их минимизации.
- 2.8. Разрабатывает схемы сбыта продукта (от создания новых сбытовых подразделений до реконструкции имеющихся каналов сбыта).
- 2.9. Организует договорную работу в подразделении, занимающемся продуктом, ведет учет платежных операций, анализирует оперативные данные об итогах продаж.
- 2.10. Координирует мерчандайзинг продукта.
- 2.11. Осуществляет наблюдение за положением продукта на рынке (ходом продаж продукта, спросе на него), определяет и анализирует отношение потребителей к продукту.
- 2.12. Выявляет неудовлетворительные параметры продукта, требования покупателей к продукту (не учтенные в продукте) и сообщает о них конструкторским, технологическим и производственным подразделениям для корректировки продукта, придания ему новых потребительских свойств.
- 2.13. Отслеживает ценовую политику и спрос на бренды конкурентов, определяет позиции продукта относительно аналогичных или схожих продуктов конкурентов.
- 2.14. Координирует и контролирует работу подчиненных работников.
- 2.15. Подготавливает отчеты руководству предприятия о проделанной работе.
- 2.16. Исполняет иные смежные обязанности по продвижению и продаже продукта.

3. Права бренд-менеджера

Бренд-менеджер имеет право:

- 3.1. Самостоятельно определять формы и способы продвижения бренда и установления деловых связей с потребителями.
- 3.2. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.
- 3.3. Запрашивать лично или по поручению непосредственного руководителя от руководителей подразделений предприятия и специалистов информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей.
- 3.4. Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
- 3.5. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями.
- 3.6. Требовать от руководства предприятия обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

4. Ответственность бренд-менеджера

Бренд-менеджер несет ответственность за:



- 4.1. Ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, — в пределах, установленных действующим трудовым законодательством РФ.
- 4.2. Правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, — в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством РФ.
- 4.3. Причинение материального ущерба предприятию — в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.