

**ДОЛЖНОСТНАЯ
ИНСТРУКЦИЯ
руководителя отделения
распространения
(начальный уровень)**

СОКРАЩЕННЫЙ

2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
ГЛОССАРИЙ.....	3 - 18
1. ЦЕЛЬ ДОЛЖНОСТИ.....	19
2. ПРОДУКТ ДОЛЖНОСТИ	19
3. ПОЛОЖЕНИЕ НА ОРГАНИЗУЮЩЕЙ СХЕМЕ.....	19
4. ОПИСАНИЕ ДОЛЖНОСТИ	19-22
5. СХЕМА ПОТОКА ЧАСТИЦ.....	22
6. СТАТИСТИКИ ДОЛЖНОСТИ.....	23
7. ПОДБОРКА МАТЕРИАЛОВ ДОЛЖНОСТИ	23
8. ЕЖЕДНЕВНЫЕ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ДЕЙСТВИЯ.....	24

СОКРАЩЕННЫЙ ПРИМЕР

ВВЕДЕНИЕ

Уважаемый руководитель отделения распространения!

Мы рады приветствовать тебя в рядах нашей команды! Но для того, чтобы полноценно встать на свой пост, начать эффективно производить свой продукт и получать за это высокий уровень дохода, благодаря растущим трендам по твоей статистике, тебе необходимо изучить свою ДОЛЖНОСТНУЮ ИНСТРУКЦИЮ.

И предлагаем начать тебе ее изучение именно с глоссария, чтобы мы могли с тобой общаться на одном и том же языке. Если у тебя возникают вопросы или есть НЕПОНЯТЫЕ слова, обязательно обратиться к своему руководителю или наставнику, чтобы вы вместе их разобрали.

ЖЕЛАЕМ УСПЕХОВ!

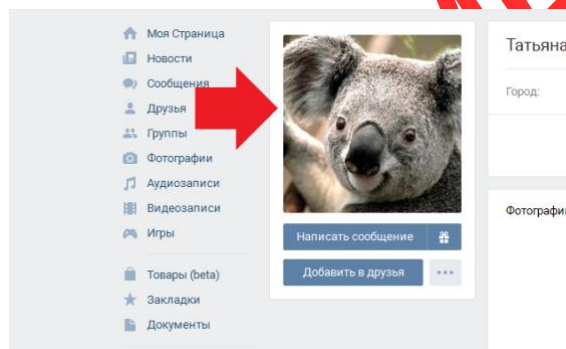
СОКРАЩЕННЫЙ ПРИМЕР

ГЛОССАРИЙ

А

А/Б-тестирование (или как его еще называют сплит-тестирование) — сравнение двух исходных объектов при замене некоторых элементов. Простыми словами — это тестирование двух одинаковых вариантов, которые отличаются по одному признаку.

Аватар - это картинка, которая используется в качестве изображения пользователя в социальных сетях, онлайн играх и форумах. Это может быть как фотография человека, так и просто любое графическое изображение.



Активность — это комплекс мер, направленных на привлечение новых клиентов, увеличение объема продаж, повышение лояльности конечных потребителей к брэнд, конкретной торговой точке или сети.



Акция - это предложения, которые используются для привлечения новых клиентов в компанию, либо расширение ассортимента постоянных клиентов.

Например: Клиент хочет сделать заказ на 200 коротковатных массажных ковров, компания предоставляет Акцию «При покупке 250 коротковатных массажных ковров, 20 коротковатных клиент получает бесплатно». Это предложение может заинтересовать клиента, тем самым клиент увеличивает объем заказанного товара.

Аккаунт - «Account» в переводе с английского – «персональный счёт» или «учетная запись». Это понятие использовалось задолго до эры интернета. Например, в банковской сфере для идентификации и персонализации данных клиента. Назначение аккаунта в онлайн не изменилось. Это собственное пространство пользователя на сайте или сервисе, в интернет-магазине или социальной сети и т.д.

Аудит – это независимое периодическое всестороннее исследование маркетинговой среды,

целей, стратегий и деятельности с точки зрения выявления проблем и скрытого потенциала, а также разработки плана действий по улучшению маркетинга.

Аудитория - совокупность людей (слушателей, зрителей или читателей), являющихся объектом воздействия искусства, пропаганды, рекламы, литературы, развлекательных мероприятий или просвещения (лекции, доклада).

Б

Баннер (англ. banner — флаг, транспарант) — графическое изображение рекламного характера.

Бартер — (**barter**) Способ торговли, состоящий в обмене товарами и услугами без использования денег.

Бизнес – это предпринимательская деятельность с целью получения прибыли.

Бизнес-процесс - это совокупность взаимосвязанных мероприятий или работ, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей.

Блогер - это человек, который ведет онлайн-дневник, "блог", регулярно публикует в нем новые записи.

Бонусная программа — один из видов программ поощрения покупателей.

Например: При покупке 500 коробок массажных ковриков в течении месяца, клиент получает 20 бонусных коробок при следующем заказе.



Боты (Instagram) – это пустые аккаунты, которые подписываются на другие профили, оставляют лайки или заданные им комментарии по тегам. Боты не имеют контента, подписчиков, часто даже аватаров. Фейки отличаются от ботов, хотя также создаются автоматически. Чаще всего для рекламы, рассылки спама и накрутки.

Бренд - это фабричная марка, торговый знак, имеющие высокую репутацию у потребителей.

Буклет - вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна.

Бюджет — (от старонормандского bougette — кошель, сумка, кожаный мешок) — форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций.

В

Веб-аналитика (англ. Web analytics) — система измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о посетителях веб-сайтов с целью их улучшения и оптимизации.

Веб-страница — документ или информационный ресурс Всемирной паутины (Интернет), доступ к которому осуществляется с помощью веб-браузера.

Веб-браузер — специальная программа, предназначенная для просмотра веб-сайтов. Например, Opera, Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla Firefox и другие.

Вебвизор (WebVisor) — технология, благодаря которой можно анализировать действия посетителей интернет-сайта в режиме онлайн-видео.

Вовлеченность потребителя - это характеристика степени важности и заинтересованности потребителя (см. потребитель) в товаре, отражающая уровень высокого или низкого эмоционального возбуждения и мыслительной деятельности, сопровождающих выбор товара и осуществление его покупки.



Воронка - принцип распределения клиентов по стадиям процесса продаж от первого контакта до заключения сделки.



Г

Google Adwords — сервис контекстной, в основном, поисковой рекламы от компании Google, предоставляющий удобный интерфейс и множество инструментов для создания эффективных рекламных сообщений.

Д



Демпинг (от англ. *Dumping* — сброс) — продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам. Демпинговые цены существенно ниже рыночных цен, а иногда даже ниже, чем себестоимость товара или услуги.

Дилер - физическое или юридическое лицо, которое закупает оптом продукцию компании, а затем продаёт её в розницу или мелким оптом.

Например: ООО “Мой Малыш” закупает оптом подгузники у производителя ООО “Памперс мой” и продает их в розницу. в данном случае ООО “Мой Малыш” является дилером ООО “Памперс мой”



Директива - руководящее указание высшего органа органам подчиненным. (пример: в нашей компании в директиве описываются планы каждого отделения в компании на предстоящую неделю)

Договор (мн. ч. — догово́ры) — «соглашение двух или более лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей» (ст. 420 Гражданского кодекса Российской Федерации). Происходит от слова говор, говорить — речь, беседа; сообщаться устною речью, даром слова; произносить слова, выражать мысли.

Например: «Договор аренды» - мы арендуем офис, и подписываем договор с арендодателем, в договоре прописаны условия оплаты, местонахождения офиса, обязанности сторон и т.п.

«Договор поставки» - может быть подписан как с клиентом, так и с нашими поставщиками (на закупку сырья, на услуги доставки и т. п.), где также указываются перечень товаров или услуг, условия оплаты, обязанности сторон и т.п.

Домен (или доменное имя) (web domain) – это имя сайта, его адрес в интернете.

Е

Естественная (Органическая) выдача — та часть выдачи поисковых систем, которая является не рекламной, а естественной, то есть выводится поисковой машиной в соответствии со степенью соответствия найденного контента по запросу пользователя.

Ж

Живые подписчики - "Живыми" считают тех подписчиков, аккаунты которых не являются созданными программными методами, то есть не являются ботами.

З

Запрос – это одно или несколько слов, которые вводятся пользователем в поисковой системе с целью получения интересующей информации.

К

Квота — производственное задание; заданное количество чего-либо, которое должно быть произведено.

Например:: Сотруднику даётся квота писать 45 писем в день или 225 писем в неделю как часть его стандартных действий по продвижению.

2. доля в производстве, сбыте или экспорте продукции, устанавливаемая в рамках соглашения для каждого из участников.

Коммерческое предложение (КП) - предложенные на бумаге преимущества товаров или услуг, стимулирующие потенциального клиента на сделку.

Конверсия — это процентное соотношение посетителей магазина, сайта, маркетингового

мероприятия, которые совершили выбор, осуществили покупку, к общему числу всех посетителей. **Конверсия в продажах** - соотношение покупателей (магазина, фирмы), к общему числу посетителей (обратившихся клиентов).

Конкурент - это компания или человек, который соперничает в чём-либо с вами, стремится достичь тех же целей.



Контент - (от английского **content** - содержание) — это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта.

Л

Лайк - это условное выражение одобрения материалу, пользователю, фотографии, выражающиеся нажатием одной кнопки.



Лендинг - это посадочная страница для сбора контактов посетителей или продажи товара.

Лид - (еще часто "заявка") это целевое входящее обращение, контакт.



Лид-магнит — это полезный контент, который вы даете пользователю бесплатно в обмен на контактные данные и будущую лояльность.

Лицензия - разрешение на право либо право на выполнение некоторых действий, которое может удостоверяться одноимённым документом.

Лояльность потребителя (см. *потребитель*) - это положительное отношение клиента к торговой марке, продукту, услугам, визуальной идентификации и другим составляющим бренда.

М

Макет (оригинал-макет, layout) – графическая схема подготовленного к печати материала, показывающая организацию элементов, расположение и взаимную связь изображений, текста и используемых шрифтов.



Маржинальный доход - это отношение дохода к чистой прибыли, маржа определяет рентабельность продаж.

ФОРМУЛА: $(\text{Выручка} - \text{Себестоимость}) / \text{выручка} * 100 = \% \text{ маржи}$

Маркетинг - это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. Более кратко, маркетинг — деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.

Метатеги (англ. meta tags) — теги, предназначенные для предоставления структурированных метаданных (дополнительных, сопроводительных) о веб-странице. Как правило, указываются в заголовке.

Метрика - это общий термин, обозначающий любой показатель используемый в веб-аналитике для оценки эффективности какой-либо активности - интернет-рекламы.

Минус-слова и минус-фразы — это слова и словосочетания, по запросам с которыми объявление показываться не будет. Минус-слова можно добавить только для ключевой фразы.

Н

Накрутка - это наращивание аудитории в сообществе, на странице или в профиле мошенническим путем через закупку ботов и фейков.

Нестандартный договор - это договор, который не является типовым (см. стандартный договор), т.е. перед его подписанием требуется дополнительное согласование с юристом и при необходимости составление протокола разногласий. Такой договор имеет место быть, когда у клиента или компании нет согласия на подписание типового договора и требуется внесение каких-либо корректировок. *Например: нужно скорректировать сроки поставки, или сроки составления актов оказанных услуг и т.п.*

Новый клиент — это Юридическое или Физическое лицо, с которым ранее мы не сотрудничали. Так же новым клиентом является Юридическое или Физическое лицо, с которым мы начали сотрудничать по рекомендации от наших постоянных клиентов, при этом они не связаны между собой Юридическими обязательствами.



Номинация - категория лиц или произведений, выдвинутых на соискание одной из премий в рамках фестиваля, творческого конкурса и т. п. (*например, номинация на самую лучшую женскую роль*)

О

Околоцелевой запрос - это смежная ключевая фраза, но близко подходящая по тематике запроса, например, целевой запрос "ортопедический коврик", околоцелевой - "массажный коврик".

Опрос — это выяснение мнения сообщества по тем или иным вопросам.

ОПТ - это купля и продажа товаров большими партиями; товар, продаваемый большими партиями.

Органический трафик или SEO-трафик – это поток посетителей, а в дальнейшем пользователей, которые попали на сайт через поисковую систему органической выдачи.

Оптимизация - выбор наилучшего варианта из возможных для достижения наибольшей эффективности какого-л. процесса.

Охват - показатель, отражающий число уникальных пользователей, увидевших публикацию (контент).

П



Партнер - участник в какой-либо совместной деятельности. Например, это клиент, который работает с нами.

Патент - это документ, свидетельствующий право изобретателя на его изобретение.

Подписчик - человек, подписанный на ваш аккаунт или сообщество.

Подрядные организации (подрядчики) - и предприятия, осуществляющие работы на договорной основе.

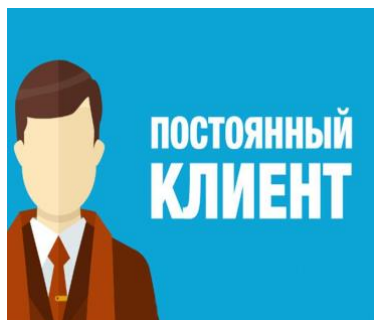
Поисковая оптимизация (англ. *search engine optimization, SEO*) — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации (получение дохода) этого трафика. SEO может быть ориентировано на различные виды поиска, включая поиск изображений, видеороликов, поиск новостей и специфические отраслевые поисковые системы.

Поисковая система — алгоритмы и совокупность компьютерных программ, предоставляющая пользователю возможность быстрого доступа к необходимой ему информации при помощи поиска в обширной коллекции доступных данных. (например: *Google* или *Яндекс*).

Показатель отказов (англ. *bounce rate*) - термин в веб-аналитике, обозначающий процентное

соотношение количества посетителей, покинувших сайт прямо со страницы входа или просмотревших не более одной страницы сайта.

Посадочная страница сайта или с английского Landing Page – именно та страница, на которую заходят посетители из поисковых систем, контекстной рекламы и других источников привлечения посетителей.



Постоянный клиент — это Юридическое или Физическое лицо, с которыми мы ранее уже сотрудничали. В случае с Юридическими лицами, если у нескольких Юридических лиц один учредитель, или одно и то же Лицо Принимающее Решение (ЛПР), то при выставлении счетов на ранее не использовавшиеся Юридические лица, данный клиент будет считаться постоянным.

Пос-материалы, POS-материалы (POS materials, POS — point of sales — место продажи) — это материалы, способствующие продвижению бренда или товара. POS-материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров.

Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции. Таким образом, за счет информативности и способности привлекать внимание к товару, POS-материалы стимулируют продажи.

Премия - это одна из форм поощрения за выдающиеся результаты, достигнутые в какой-либо области деятельности. (например, премия “Золотой глобус” или премия “Оскар”).

PR-акция (англ. public relations) – это в буквальном переводе связь с общественностью. Каждая компания нуждается в том, чтобы сообщить о своей деятельности широкой общественности, подать ее в определенном ключе (чаще позитивном), сформировать четкое представление о себе или своем бренде.

Р



Рекла́ма (от фр. *réclame* через нем. *Reklame*) — направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему.

Рекламная кампания (РК) - это целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя, в установленные предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию.

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — это система размещения контекстной рекламы, а также рекламы, основанной на поведении пользователей. Она предназначена для веб-мастеров и владельцев сайтов, желающих размещать рекламные материалы на своих веб-проектах. Открыта в 2005 году.

Релевантность — (от англ. *relevance* — актуальность, уместность) — это степень соответствия результатов выдачи поисковому запросу. Если страницы в поиске дают исчерпывающий ответ на запрос и соответствуют намерению пользователя, о такой выдаче говорят, что она релевантна.

Ретаргетинг - это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже взаимодействовали с сайтом, мобильным приложением или страницей рекламодателя в социальных сетях.

Розница - это товар, продаваемый поштучно или покупаемый поштучно, или в небольших количествах.

Рынок сбыта - представляет собой экономическое пространство, на котором осуществляется предложение товаров и услуг компаниями, и выбор и приобретение этих товаров и услуг потребителями.

ROI – это коэффициент возврата инвестиций.

С

Сайт представляет собой одну или несколько веб-страниц, объединенных общей тематикой, дизайном и доменным именем. По сути любая страница, выдаваемая поисковой системой в ответ на запрос пользователя, является частью сайта.

$$ROI = \frac{\text{Доход} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \times 100\%$$

Себестоимость - это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на её производство и реализацию.

***Например:** Чтобы произвести офисный стол, производству необходимо закупить сырье в размере 5000 руб., затраты на электроэнергию в размере 1000 руб. на заработную плату сотрудника затрачено 3000 руб., и услуги доставки составили 500 руб. Итого себестоимость офисного стола составляет 9500 руб.*

Семантические ядро - это упорядоченный набор слов, их морфологических форм (изменение слова, при котором сохраняется его лексическое значение, т.е. сам смысл слова. Например баклажан и “синенькие” имеют одинаковое лексическое значение, при этом пишутся они по-разному) и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом.

Спам - массовая рассылка корреспонденции рекламного характера лицам, не выразившим желания её получать.

Сторис, Stories (Истории) – посты, которые удаляются автоматически через 24 часа после публикации. Истории не размещаются среди публикаций, а появляются в специальной ленте. Функция есть в Instagram, Facebook, WhatsApp и во «ВКонтакте».

Сертификат - официальное письменное удостоверение о чём-н. (например, сертификат на

получение квартиры, или сертификат соответствия продукта.)

СМИ - Средства массовой информации — совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств.



Социальные сети - онлайн-платформа, которую люди используют для общения, знакомств, создания социальных отношений с другими людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, также развлечения и работы.

Сценарий - это литературно-драматическое произведение, написанное как основа для постановки кино- или телефильма, и других мероприятий в театре и иных местах. Сценарий в кинематографе, как правило, напоминает пьесу и подробно описывает каждую сцену и диалоги персонажей

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

CPC (cost per click) — это цена клика, сумма, которую рекламодатель платит контекстной системе за клик по объявлению, сделанный пользователем.

Ставка - это денежная аукционная борьба рекламодателей за процент охвата аудитории за ключевой запрос либо таргетированной целевой аудиторией.

Стандартный договор - это типовый договор, составленный и согласованный юристом, используемый по шаблону, не требует дополнительных корректировок, изменений и согласований. В этот договор как правило вносятся только реквизиты двух сторон и его стоимость.

CTR (синоним — кликабельность, от **англ.** *click-through rate* — показатель кликабельности) — метрика в интернет-маркетинге. CTR определяется как отношение числа кликов на баннер или рекламное объявление к числу показов, измеряется в процентах.

Счетчик метрики - это встроенный код на сайте, позволяющий отслеживать и вести аналитику сайтов в сервисах Яндекс метрика и Google аналитикс.

Т

Таргетинг - рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей.



Тег — идентификатор для категоризации, описания, поиска данных и задания внутренней структуры.

Трафик - это в переводе с английского означает уличное движение. В среде **интернет маркетинга трафик** — это поток посетителей на сайт, или простыми словами посещаемость.

Тренд — основная тенденция изменения чего-либо.

У

Узнаваемость бренда - это уровень осведомленности потенциальных потребителей о бренде (торговой марке).

Уникальный пользователь - неповторяющийся пользователь, обладающий уникальными характеристиками и зашедший на сайт в течение определённого промежутка времени. Под промежутком времени чаще всего подразумеваются календарные сутки.

Уровень конверсии (*conversion rate*) — это процентное соотношение посетителей сайта, маркетингового мероприятия, которые совершили выбор, осуществили покупку, к общему

числу всех клиентов.

***Например:** На сайте за неделю было 200 просмотров, из них 20 оставили запрос. Конверсия по соотношению просмотров сайта и оставивших запрос составляет 10% ($20 \cdot 100 / 200 \cdot 100\%$). Из 20 запросов 4 клиента которые сделали заказ, конверсия по соотношению запросов и клиентов сделавших заказ составляет 20% ($4 \cdot 100 / 20 \cdot 100\%$). А конверсия по соотношению просмотров сайта и клиентов сделавших заказ составила 2% ($4 \cdot 100 / 200 \cdot 100\%$).*

Ф

Фейк - принято в интернете называть подделку или фальсификацию. Примерно так и переводится на русский английское слово fake. С фейком мы встречаемся не только в интернете, но и в реальной повседневной жизни. Кто не видел батарейки TOSHIBA, спортивную одежду Adidas? А кто-то видел телефон Nokla? Таких примеров можно привести сотню и все они — примеры «фейка».

Ц

Цель — это действие посетителя, в котором заинтересован владелец сайта: просмотр определенного количества страниц, посещение конкретной страницы, нажатие кнопки, переход по ссылке, оплата заказа и т. д.

Целевая аудитория - термин, используемый в маркетинге или рекламе для обозначения группы людей, объединённых общими признаками, или объединённой ради какой-либо цели или задачи. Под общими признаками могут пониматься любые характеристики, требуемые организаторами.

Целевой поисковой запрос — это запрос пользователя, который готов совершить целевое для сайта действие. Например, к целевым запросам можно отнести запросы «купить фотоаппарат», «заказать пиццу», «скачать книгу» — по ним понятно, что нужно

пользователю.

Целевой посетитель (на сайте) — это посетитель, который совершил целевой визит. Один посетитель за определенный период времени может совершить несколько целевых визитов.

Цель метрики - это действие посетителя, в котором заинтересован владелец сайта: просмотр определенного количества страниц, посещение конкретной страницы, нажатие кнопки, переход по ссылке, оплата заказа и т. д. Когда пользователи приходят на ваш сайт и взаимодействуют с ним, Яндекс.Метрика собирает информацию об этом и фиксирует достижение целей.

Э

Экспонент - лицо, поставившее на выставку свои произведения.

Ю

Юзабилити - способность продукта быть понимаемым, изучаемым, используемым и привлекательным для пользователя в заданных условиях; свойство системы, продукта или услуги, при наличии которого конкретный пользователь может эксплуатировать систему в определенных условиях для достижения установленных целей с необходимой результативностью, эффективностью и удовлетворённостью.

URL - это сокращение, Uniform Resource Locator (Единый указатель ресурсов) - это способ определения местоположения файла в Интернете.

UTM-метка — это специальный формат разметки URL-адресов.

Я

Яндекс.Директ — система контекстной рекламы на страницах «Яндекса» и сайтах партнеров Рекламной системы Яндекса.

Яндекс.Метрика — бесплатный интернет-сервис компании Яндекс, предназначенный для оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей.

1. ЦЕЛЬ ДОЛЖНОСТИ



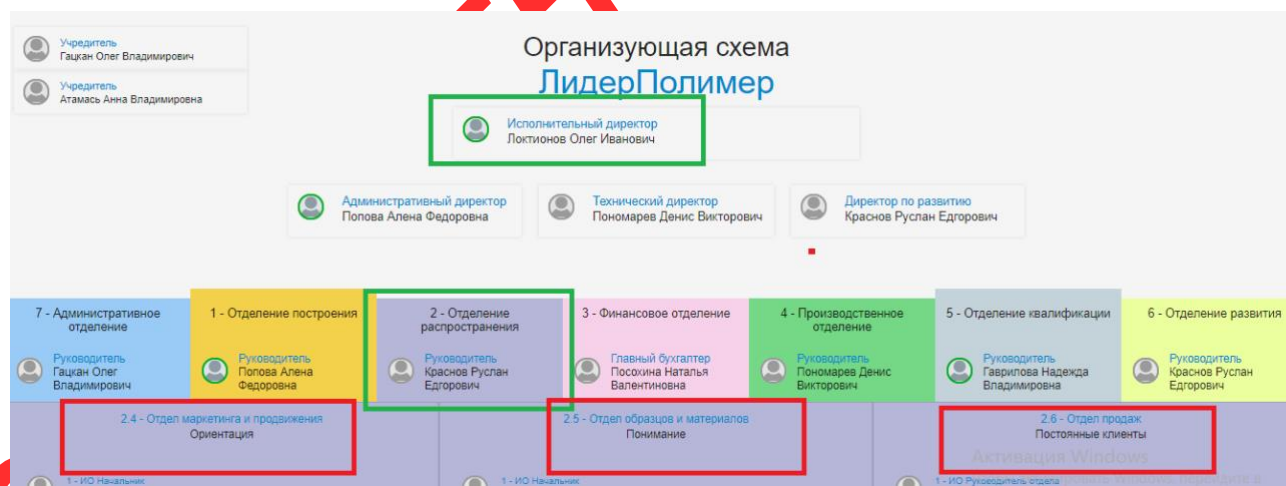
Отделение распространение должно обеспечивать такой уровень дохода, чтобы компания не только могла оплачивать текущие счета и развиваться, но и накапливать резервный фонд.

2. ПРОДУКТ ДОЛЖНОСТИ

Доход больше, чем расход плюс резервы.

3. ОТНОСИТЕЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ (ОРГСХЕМА)

Руководитель отделения распространения возглавляет 2-ое отделение Распространение, в подчинении 4,5,6 отдел. На данный момент Руководитель отделения распространения напрямую подчиняется Исполнительному директору



4. ОПИСАНИЕ ДОЛЖНОСТИ

Для достижения желаемого ПРОДУКТА сотрудник на посту “Руководитель отделения распространения” выполняет ряд функций:

- Контролирует работу подчиненного отделения
- ЕЖЕДНЕВНО выставляет квоты сотрудникам и добивается их выполнения
- Проводит с подчиненными еженедельную координацию и одобрение планов на неделю
- Планирует и осуществляет задачи по развитию своего отделения
- Добивается, чтобы подчиненные изучали и полностью применяли материалы своих должностных инструкций
- Разрабатывает и внедряет краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные маркетинговые стратегии, исходя из корпоративных целей компании
- Осуществляет планирование, разработку и координацию выполнения всего объема необходимых маркетинговых коммуникаций по направлениям, в т.ч. организации рекламных кампаний, PR-акций и мероприятий по стимулированию сбыта
- Если подчиненный отсутствует либо перераспределяет функции, либо выполняет за него работу самому
- Анализирует продажи и их конверсию, Предпринимает действия по увеличению конверсии продаж
- Составляет коммерческие предложения нужные для продажи продукта и передает менеджерам по продажам на использование в процессе продаж
- Разрабатывает конкурентные преимуществ компании в целом и по направлениям выпускаемой продукции
- Разрабатывает предложения по увеличению лояльности потребителей и улучшению маркетинговой поддержки партнеров
- Отслеживает все исходящие рекламно-информационных материалов на соответствие маркетинговой стратегии и корпоративной политики, разрабатывает стратегии по улучшению их качества и количества
- Разрабатывает системы контроля маркетинговых показателей и организывает получение информации по этим показателям
- Участвует в разработке стратегии производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новой целевой аудитории
- Совместно с руководителем отделения развития определяет стратегию продаж и способы увеличения объемов продаж
- Регулярно мониторит конкурентную среду
- Инспектирует своих подчиненных и корректирует в случае если есть расхождение с

организационной политикой компании

- Добивается чтобы все сотрудники отделения заносили все разговоры, договоренности, результаты встреч с клиентами в базу CRM
- Добивается чтобы в конце каждого дня заполнялась таблица воронки продаж и воронка маркетинга, ни один сотрудник не должен заканчивать рабочий день без заполненных данных и согласованного плана с руководителем на следующий день
- Рекомендует новые организационные политики, сообщает если не актуальны действующие
- Отслеживает результаты стажеров, помогает в их обучению
- Инспектирует области деятельности сотрудников подчиненного отделения, при необходимости корректирует их
- Контролирует дисциплину и посещаемость в отделении
- Добивается, чтобы новые сотрудники в отделении изучали материалы должностных папок, стандартов и подтверждали знания с помощью проверок

ТЕХНОЛОГИЯ И СТАНДАРТЫ

- Соблюдает правила и стандарты в своей работе, установленные компанией для всех сотрудников и непосредственно для занимаемой должности
- Применяет технологию продаж при работе с клиентами
- Руководствуется приказами выпущенными в компании относительно производственные процесса предоставления продуктов компании

ПЛАНИРОВАНИЕ И АНАЛИТИЧЕСКАЯ РАБОТА

- Устанавливает еженедельные квоты по продажам и маркетингу на основе, поставленной квоты Рекомендательного совета
- Планирует рабочий день подчиненных так, чтобы квота по звонкам, исходящим от маркетинга и продажам, установленная на неделю была достигнута
- Анализирует данные статистики по продажам и маркетингу
- Составляет и передает отчеты Исполнительному директору по итогам работы: недели/месяца/квартала/полугодия

ПРОДВИЖЕНИЕ

- На постоянной основе осуществляет контроль «исходящего потока»: звонки клиентам из офиса, рассылки по базе клиентов, ранее обращавшихся в компанию, раздача каталогов и визиток на выставках
- Отвечает на телефонные звонки клиентов
- Контролирует информирование клиентов о продуктах и услугах компании, обо всех

изменениях в ассортименте, об изменении (увеличении и снижении) цен, условиях акций по стимулированию спроса.

- Контролирует постоянный обзвон клиентов, ранее обращавшихся в компанию с целью возобновления контакта, информирования клиентов о новых услугах и акциях компании, продвижения продуктов и услуг компании

5. СХЕМА ПОТОКА ЧАСТИЦ

Схема потока частиц наглядно отображает взаимодействие руководителя отделения распространения как с сотрудниками компании, так и с внешними терминалами, такими как клиенты, соискатели, менеджеры сторонних компаний и т. д. Поэтому для того, чтобы полноценно видеть все линии коммуникации, необходимо знать схему потока частиц, которая представлена ниже.

Входящие частицы	Промежуточный терминал	Исходящие частицы
Отчет от сотрудников отдела	Рассмотреть отчет, при необходимости прояснить недопонимания с сотрудниками	Отчет презентован в виде доклада на собрании с руководителями
Задача от непосредственного руководителя	Изучить задачу, назначить ответственных за ее выполнение	Направлена информация о задаче сотрудникам подчиненного отдела (в т.ч. и себе, если задача требует самостоятельного выполнения)
Запрос от сотрудников 1 отделения на предоставление материалов для шляп	Собрать и описать необходимый материал (возможно в видео формате или в формате голосового сообщения)	Информация предоставлена в необходимом количестве и формате
Приказ или оргполитика	Ознакомится с приказом или оргполитикой, подписать	Приказ или оргполитику запущены дальше по коммуникационной линии через комм. центр

6. СТАТИСТИКА ДОЛЖНОСТИ

Главная статистика поста руководителя отделения распространения — «% достижения точки безубыточности»

7. ПОДБОРКА МАТЕРИАЛОВ ДОЛЖНОСТИ

Весь перечень внутренних регламентов данной должности (список оргполитик) находится в реестре к должностной папке сотрудника, на портале компании. Он постоянно обновляется и пополняется.

В рамках должностной инструкции начального уровня изучить следующие регламента:

Система коммуникации	Ссылка на регламент на сервере
Оргсхема	Ссылка на регламент на сервере
Статистики	Ссылка на регламент на сервере
Финансовое Планирование	Ссылка на регламент на сервере
Как довести дело до конца	Ссылка на регламент на сервере
Человеческие эмоции	Ссылка на регламент на сервере
Харизма руководителя	Ссылка на регламент на сервере
Несогласия сотрудников	Ссылка на регламент на сервере
Взаимопонимание	Ссылка на регламент на сервере
Как поставить сотрудника на должность	Ссылка на регламент на сервере
Три типа сотрудников	Ссылка на регламент на сервере
Как проводить собрания сотрудников	Ссылка на регламент на сервере
Управление временем	Ссылка на регламент на сервере
Управление персоналом секретные материалы	Ссылка на регламент на сервере

8. ЕЖЕДНЕВНЫЕ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ДЕЙСТВИЯ

Кроме переменных задач и основных, у руководителя отделения распространения есть ряд ежедневных и еженедельных постоянных действий, которые должны выполняться.

	ЕЖЕДНЕВНЫЕ
Время	Действия
08:00 — 08:30	Работа с письменной коммуникацией (почта, входящие послания)
09:00 — 09:30	Обучение
12:00 — 13:00	Обед
16:00 - 16:30	Координация с подчиненным отделом
16:30 — 17:00	Координация с непосредственным руководителем
	ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ
до 11:00 (в четверг)	Скоординироваться с подчиненным отделом по боевым планам на неделю
до 11:00 (в четверг)	Расписать состояние согласно формуле по отделу
до 11:00 (в четверг)	Заполнить еженедельные статистики
до 11:00 (в четверг)	Составить план на будущую неделю