

# SPECIALISTA PROPAGACE A PODPORY PRODEJE

<b>Alternativní názvy pozice:</b>	Trade Marketing Development Executive, Sales Analyst, Sales Support
<b>Odborný směr:</b>	Obchod, marketing, reklama
<b>Název podnikového oddělení:</b>	Oddělení marketingu, obchodní oddělení, trade marketing
<b>Statistická klasifikace (KZAM):</b>	24193 odborný pracovník propagace, reklamy
<b>Přímý nadřízený:</b>	Vedoucí oddělení marketingu, trade marketing development manager, sales manager
<b>Podřízení:</b>	-

## Stručná charakteristika pracovního místa

**Podpora procesů oddělení, která vede k efektivní podpoře obchodníků a zajišťování nejefektivnější komunikace všech činností směrem k obchodníkům. Plánování a řízení promoční politiky a programů včetně propagačních materiálů.**

## Hlavní pracovní činnosti

- aktivity spojené s podporou obchodníků
- příprava a koordinace materiálů pro obchodníky v terénu v souladu s dohodnutými prioritami a výstupy
- pravidelná příprava a aktualizace prodejní prezentace a ostatních prodejních nástrojů pro obchodníky v terénu, které jim pomáhají při plnění jejich cílů
- pravidelná aktualizace portfolia výrobků, služeb, značek a zajištění toho, aby všichni zaměstnanci organizace (především obchodního a prodejního oddělení) byli dostatečně informováni a měli přehled
- sběr informací, které slouží jako podklad pro zpracovávání koncepčních návrhů propagačních akcí
- sestavování plánu reklamy a propagace a volba propagačních prostředků a nositelů propagace a reklamy ve spolupráci se zákazníky, zástupci společnosti, prodejním oddělením a reklamními agenturami
- příprava rozpočtů a předložení odhadů nákladů jako součást plánu kampaně, přípravy cenových nabídek a kalkulací
- zajišťování, organizování a sledování reklamních akcí a vyhodnocování ekonomických přínosů
- zajištění vytváření a implementace efektivních materiálů pro jednotlivé obchodní kanály, a to v souladu s dohodnutým časovým harmonogramem a v požadované kvalitě
- kontrola plnění plánu propagace a reklamy
- plánování a navrhování nových propagačních materiálů, které zlepšují jak viditelnost organizace jako takové, tak i viditelnost jednotlivých produktů organizace
- budování a rozvíjení partnerských kontaktů pro promoční kampaně a programy
- budování a udržování externích vztahů s externími dodavatelskými agenturami, které odpovídají za vytváření a přípravu propagačních materiálů



- komunikace s interními i externími experty za účelem lepšího pochopení potřeb a přání klientů a specifických znaků obchodu či daného trhu a odvětví
- interní komunikace s dalšími členy a odděleními organizace týkající se tvorby, realizace a koordinace propagačních a reklamních činností (např. s obchodním, ekonomických, výrobním, provozním atd. odděleními)
- vytváření pracovního vztahu se spolupracovníky oddělení a dalších oddělení, s kterými se úzce spolupracuje a získání zpětné vazby a její distribuce v rámci příslušných oddělení
- zajištění komunikace směrem k obchodníkům organizace působících v terénu
- komunikace s klienty
- identifikování priorit, slabých a silných míst jednotlivých trhů, kanálů, prodejních oblastí a zákazníků na základě analýz dat ze zpráv oddělení, z prováděných výzkumů trhu, auditů a tržeb apod.
- na základě monitorování činnosti konkurence flexibilní reagování na tržní situaci a shrnutí tohoto monitoringu v rámci hodnotící zprávy
- navrhování a doporučování nových nápadů a projektů a aktivní účast na jejich vytváření v rámci oddělení a zajištění, že jsou zpracovány v souladu s dohodnutým časovým harmonogramem a v požadované kvalitě
- poskytování podpory požadovaných činností a procesů oddělení
- vedení požadovaných evidencí
- vytváření, monitorování a hodnocení činnosti oddělení v souladu s potřebnými standardy celé organizace
- zajištění, že dojde k přijetí či ke zvážení všech nezbytných opatření v souladu s výstupy hodnocení činnosti
- vytváření reportů o výsledcích provedených analýz a průzkumů, včetně grafického znázornění

### Požadavky na vzdělání a praxi

- vysokoškolské vzdělání nebo SŠ s 2 lety praxe v oblasti obchodu

### Dovednosti

- sestavování plánů propagace a reklamy včetně návrhu na časové rozvržení propagačních a reklamních akcí
- zpracovávání koncepčních návrhů propagačních akcí a reklamních kampaní
- sledování a vyhodnocování plnění plánu propagace a reklamy
- navrhování změn a opatření ke zvýšení efektivnosti reklamní a propagační činnosti

### Odborné znalosti

- teoretické základy v oblasti ekonomiky, obchodu a podnikání
- marketing obecně
- marketingová komunikace
- psychologie reklamy
- reklama, její hlavní zásady
- reklamní cíle a strategie
- prostředky a formy reklamy



- znalost operativního marketingu a souvisejících oborů - průzkum trhu, média, reklama a promo aktivity
- znalost obecně platných právních předpisů, řídicích aktů organizace a příslušné oborové legislativy

### Osobní předpoklady

- logické myšlení a strategické myšlení - schopnost chápání problému v širších souvislostech
- analytické myšlení
- vysoký stupeň osobní kreativity
- vlastní iniciativa a nápady
- dobré komunikační dovednosti
- zodpovědný a proaktivní přístup
- schopnost přijmout odpovědnost a dosáhnout svých cílů
- prezentační dovednosti
- schopnost řešit neočekávané situace
- samostatnost a samostatné myšlení
- systematický způsob práce
- reprezentativní vystupování
- organizační schopnosti
- orientace na detail

### Obecné způsobilosti

- organizování a plánování práce - stanovení činností potřebných k dosažení cíle a časové rozvržení jednotlivých činností, důslednost při dodržování plánu a dosahování cílů
- jednání s lidmi - aktivní naslouchání a pochopení podstaty sdělení a schopnost přesvědčit druhé
- schopnost týmové práce
- práce s informacemi - vyhledávání relevantních informačních zdrojů
- analyzování a řešení problémů - logické myšlení - rozpoznání klíčových informací, rozpoznání souvislosti mezi problémy
- pružnost v myšlení a jednání (adaptabilita, flexibilita, přizpůsobivost, improvizace) - adaptabilita na inovace v pracovních metodách
- jazykové způsobilosti - dobrá znalost anglického jazyka, a/nebo jiného pro firmu relevantního světového jazyka
- kvalitní mluvený projev – schopnost prezentovat
- kvalitní písemný projev
- počítačové způsobilosti - znalost práce na PC (znalost produktů MS Office - Word, Excel, PowerPoint)
- právní způsobilost - orientace v obchodně smluvní problematice
- osobní rozvoj - ochota vzdělávat se a zájem o profesní a osobní rozvoj a o rozvíjení znalostí a dovedností

