|  |  |
| --- | --- |
| Специальные компетенции (знания и навыки, связанные со спецификой должности) | Общие компетенции (индивидуально-личностные характеристики) |
| 1. Владение основами стратегического менеджмента и бизнес- планирования
2. Навыки анализа продаж/развития рынка, маркетинга, трейд- маркетинга
3. Навыки менеджмента
4. Навыки финансового планирования
5. Знание основ логистики и товародвижения\*
6. Навыки закупочной деятельности и управления ассортиментной политикой
 | 1. Навыки ведения переговоров на высоком уровне, умение работать в условиях сложной процедуры принятия решений
2. Навыки управления конфликтами, умение находить выход из сложных ситуаций
3. Наличие собственного мнения, умение его отстаивать, а также умение учитывать мнение других
4. Стрессоустойчивость
5. Ответственность
6. Лояльность
7. Честность
8. Ориентированность на результат
9. Ориентированность на эксперименты и инновации
10. Факторы, мотивирующие к успешной работе: карьера, результат, команда, профессиональный рост, вознаграждение, успех, амбиции
 |

Опыт в областях:

1. Разработка стратегии развития компании — анализ рынка, конкурентов, продаж и информации о хозяйственной деятельности.
2. Анализ операционной ситуации в компании — с целью выяснить, где есть сбои, предотвратить потенциальные угрозы и случайности, которые могут привести к снижению денежного потока.
3. Бюджетирование — контроль расходов и доходов, оценка эффективности трат.
4. Контроль финансовых показателей и управленческие решения на уровне руководителей.
5. Разработка плана экономической и производственной деятельности.
6. Построение систем маркетинга и продаж в компании
7. Это второе лицо в компании ( по сути зам.генерального директора). В функции входит – замещение первого лица

***Чем занимается на ежедневной основе ( текучка) :***

* *Ведение* переговоров  с поставщиками, покупателями, потенциальными партнерами и конкурентами.
* *Составление*, контроль и изменение краткосрочных стратегий.
* *Расширени*е каналов сбыта.
* *Контроль* отделов маркетинга, продаж.
* *Бюджетирование.*
* *Поиск способов с*ократить расходы и увеличить доходы компании.

Более подробно , обязанности по блокам:

**Обязанности по блокам**
***I. Стратегический менеджмент:***

1. Разработка и внедрение стратегии отдела продаж.
2. Планирование коммерческих показателей компании.
3. Разработка коммерческих условий заключаемых договоров по выгодным финансовым и экономическим показателям.
4. Оценка рисков, связанных с закупками товаров, разработка и реализация комплекса мер по снижению выявленных рисков.
5. Анализ бизнес-процессов. Анализ рынка конкурентов. Выявление новых перспективных каналов сбыта.
6. Прогнозирование спроса (Demand planning), ведение процесса операционного планирования (S&OP-процесса).
7. Управление доходностью (анализ рентабельности продукции по категориям и каналам сбыта, анализ ценовой политики конкурентов, система скидок и партнёрские программы).
8. Формирование ценовой политики и управления маржинальностью на различных сегментах рынка.

***II. Операционный менеджмент:***

1. Обеспечение выполнения планов по продажам и прибыли.
2. Поиск и привлечение потенциальных клиентов и новых каналов продаж в России и за рубежом.
3. Проведение переговоров с поставщиками, достижение максимально выгодных условий закупок.
4. Личные продажи и сопровождение сделок на всех этапах. Проведение многоуровневых переговоров и встреч со стратегическими, потенциальными партнерами и ключевыми клиентами.
5. Формирование и ротация ассортиментной матрицы, контроль над оптимальным товарным запасом.
6. Организация мероприятий по продвижению продукции компании.
7. Участие в тендерах, подготовка и направление документов.

***III. Бюджетирование:***

1. Планирование бюджета и контроль его исполнения.
2. Управление маркетинговым бюджетом, оптимизация расходов.
3. Управление финансовыми потоками.
4. Контроль дебиторской задолженности.

***IV. Управление сотрудниками:***

1. Руководство коммерческой службой: формирование команды, постановка целей, контроль результатов, разработка мотивационных схем, оценка эффективности работы сотрудников отдела продаж.
2. Разработка и внедрение системы мотивации, должностных инструкций, отчетности.

***V. Маркетинг:***

1. Разработка и реализация маркетинговых акций и кампаний (ATL & BTL).
2. Формирование политики маркетинговых коммуникаций.
3. Вывод на рынок новинок продукции, новых товарных категорий.
4. Соблюдение стандартов по продвижению продукции и бренда.
5. Организация выставочных и презентационных мероприятий, проведение PR акций.

**Что должен уметь:**

1. Умение составлять и реализовывать стратегий отделов продаж и маркетинга компаний разных уровней.
2. Умение управлять отделами продаж — понимать их цели, задачи, способы долгосрочного и оперативного контроля.
3. Умение оптимизировать бизнес-процессы, ставить задачи на внедрение и доработку CRM-систем, понимать особенности работы с ИТ.
4. Уметь разрабатывать и курировать продвижение товаров компании на рынке;
5. Вместе с финансовым или генеральным директором обсуждать бюджет;
6. Умение формировать и контролировать каналы дистрибуции;
7. Создавать вместе с директором службы персонала систему материальной мотивации сотрудников компании;
8. Участвовать в формировании кадровой политики для найма сотрудников отдела продажи и держать под контролем это подразделение;
9. Контролировать отчетность по продажам;
10. Лично проводить особо сложные переговоры с крупными клиентами;
11. подписывать договоры;
12. Участвовать в разработке ценовой политики и кампаний скидок;
13. одобрять или отклонять рекламные проекты, программы продвижения, брендинга.
14. Знать тонкости составления KPI и систем оплаты труда.
15. Разбираться в HR — понимать, как происходит поиск, найм, адаптация, обучение и мотивирование персонала.
16. Понимать, как происходит сбыт, как искать новые каналы, как работать с уже существующими базами.
17. Знать особенности составления бюджета в коммерческих организациях.
18. Знать тонкостей правовых процессов и договорной работы.
19. Знать процессы движения продукта как внутри предприятия, так и после реализации.