Manager sales & marketing II

Context

De **manager sales & marketing II stuurt** de **commerciële** (decentrale) **afdeling** van het bedrijf **aan** (hiërarchisch aansturen van 4 tot 6 medewerkers). Op basis van aangeleverd marktonderzoek en omzetdoelstellingen stelt hij/zij de jaarlijkse **sales- en marketingplannen** op voor de binnen de doelgroep, het segment of de regio vallende vestigingen en vertaalt deze plannen vervolgens naar **concrete accountplannen**. Aan de hand van targets en toegewezen budgetten stuurt hij/zij zijn medewerkers bij. De manager sales en marketing draagt zelf zorg voor het beheer van **key accounts** en stelt **periodieke managementrapportages** op ter verantwoording van de resultaten. Functiehouder heeft een niet-vakinhoudelijk leidinggevende.

Resultaatprofiel

TOEGEVOEGDE WAARDE	RESULTAATINDICATOREN
Commerciële planvorming Vanuit onderzoek naar en inzicht in behoeften van (potentiële) klantgroepen, bewegingen van concurrenten en vanuit inzicht in de commerciële strategie van het bedrijf zijn jaarplannen voor sales & marketing uitgewerkt. De jaarplannen zijn vertaald in concrete plannen per accountgroep, regio etc. inclusief commerciële en financiële doelstellingen.	- kwaliteit markt- en concurrentiegegevens; - aansluitend bij ontwikkelingen in de markt en behoeften van (potentiële) klantgroepen; - aansluitend bij commerciële strategie, bedrijfsbeleid en -formule; - draagvlak voor/acceptatie van plannen.
Realisatie doelen afdeling De beoogde doelen en resultaten op het gebied van sales & marketing zijn gerealiseerd. Budgetten zijn bewaakt en behaald. Bij (dreigende) afwijkingen is tijdig besloten over de noodzakelijke bijsturing.	- realisatie doelen en kpi's (omzet, marge, bezettingsgraad); - adequaat bewaakte en behaalde budgetten; - effectieve bijsturing bij (dreigende) issues, verstoringen.
Key account management Bestaande en potentiële key accounts zijn actief benaderd, met als doel het verleiden tot aankoop van producten en diensten, inspelend op hun specifieke bedrijfsvoering en resulterend in afspraken, samenwerkingsovereenkomsten en/of offertes. Door regelmatige afstemming met bestaande key accounts is er inzicht verkregen in hun toekomstige plannen en is upselling en/of cross-selling gerealiseerd. Het bedrijf is vertegenwoordigd op bijeenkomsten, beurzen en bij bijzondere gebeurtenissen van relaties.	- omzet (totaal, per klant); - toegang tot relevante personen bij bestaande en potentieel nieuwe klanten; - marktaandeel in het afzetgebied; - aantal aanvragen voor offertes; - kwaliteit offertes; - % geaccepteerde offertes; - inzicht in toekomstplannen bestaande klant; - aantal bezochte bijeenkomsten, beurzen, e.d.
Relatiebeheer Het relatiebeheer met key accounts is effectief vormgegeven met als doel het bestendigen van de relatie en het binden van klanten en daarmee borgen van de klantrelatie, ook op de langere termijn. De after-sales is tijdig en met zorg en aandacht verzorgd.	- stabiele relatie met key accounts; - frequentie, kwaliteit van afstemming met bestaande klanten; - effectief inspelen op en afhandelen (dreigende) issues; - mate waarin klant bereid is adviezen te accepteren; - tevredenheid key accounts; - tijdige en zorgvuldige opvolging sales-proces.

Personeelsbeheer De personeelsplanning is vertaald naar een werkrooster waarbij is gekeken naar effectieve en efficiënte inzet van medewerkers. Nieuwe medewerkers zijn begeleid en ingewerkt en er is een actieve bijdrage geleverd aan het proces t.a.v. werving en selectie van nieuwe medewerkers, het houden van functionerings- en beoordelingsgesprekken.	- optimale capaciteitsinzet medewerkers; - beschikbaarheid (kwaliteit/ kwantiteit) personeel; - motivatie/inzet personeel.
Rapportage en verantwoording Periodiek zijn operationele resultaten gerapporteerd zodat inzicht ontstaat in ontwikkelingen, bijzonderheden en afwijkingen t.o.v. kpi's en budgetten.	- juistheid, volledigheid, tijdigheid rapportages; - inzicht in resultaten, ontwikkelingen, bijzonderheden, (oorzaken van) afwijkingen; - basis t.b.v. evaluatie en bijstelling beleid, (jaar)plannen.

Bezwarende omstandigheden

Niet van toepassing.

Niveau-onderscheidende kenmerken

	-	MANAGER SALES & MARKETING I	MANAGER SALES & MARKETING II	MANAGER SALES & MARKETING III	+
Verantwoordelijkheid	Zie functieomschrijving en NOK accountmanager	- (operationeel) aansturen van minder dan 4 medewerkers; - de sales & marketing voor één reguliere vestiging van het bedrijf.	- hiërarchisch aansturen van 4 tot 6 medewerkers; - de sales & marketing voor een beperkt aantal vestigingen met eenzelfde signatuur/positionering.	- hiërarchisch aansturen van aanzienlijk groter aantal medewerkers; - ook aansturen andere disciplines (zoals reserveringen); - de sales & marketing voor: . een bepaald segment voor de gehele organisatie (vanuit hoofdkantoor) of . een specifieke regio met meerdere (verschillende) vestigingen die vragen om een andere commerciële benadering.	Geen referentiefunctie beschikbaar
Scope		- middellange termijn (enkele maanden); - reactief karakter: . vertalen bedrijfsbeleid; . reageren op externe invloeden zoals evenementen.	- middellange tot lange termijn; - proactief karakter: . leveren van input aan bedrijfsbeleid; . ook initiëren van acties en evenementen.	- lange termijn (> 1 jaar); - sterk proactief karakter: . anticiperen op toekomstige ontwikkelingen binnen eigen vakgebied/segment; . adviseren van commercieel eindverantwoordelijke.	
Type arrangementen		- standaard arrangementen als gevolg van de aard van de formule van de organisatie (positionering/segment).	- ook maatwerk arrangementen en oplossingen.	- voornamelijk maatwerk arrangementen en oplossingen	
Inkoopkennis gsprekspartner		- gesprekspartner heeft inkoop niet als hoofdaandachtsgebied.	- gesprekspartner heeft enige kennis van en ervaring met inkoop.	- gesprekspartner is een professionele intermediair voor de feitelijke afnemer of is specialist binnen de afnemende organisatie (inkoopmanager).	

Opleiding en ervaring		- hbo werk- en denkniveau; - kennis van formule, faciliteiten, arrangementen, prijsstelling e.d.; - kennis van systemen, procedures en werkmethoden.	- hbo/wo werk- en denkniveau; - inzicht in marktontwikkelingen binnen eigen segment/ doelgroep/regio; - kennis van faciliteiten, arrangementen, prijsstelling e.d.; - kennis van systemen, procedures en werkmethoden.	- wo werk- en denkniveau; - inzicht in trends en ontwikkelingen binnen het eigen vakgebied; - kennis van faciliteiten, arrangementen, prijsstelling e.d.; - kennis van systemen, procedures en werkmethoden.	
Functiegroep		**9**	**10 (referentie)**	**11**	

RF249651/cl/sb/091024