

Functiefamilie 2

Naam van de functie

Marketing	I	2.1 Marketing Manager
-----------	---	------------------------------

Positie van de functie in de organisatie

Werkt onder leiding van de Directeur. Geeft leiding aan de afdeling marketing (circa 3 personen).

Doel van de functie

Ontwikkelen en implementeren van het marketingbeleid teneinde de organisatie markt bewust te laten opereren en dusdanig met de relevante marktsegmenten te (laten) communiceren dat daarin louter positieve verwachtingen ontstaan ten aanzien van de door de organisatie te leveren diensten en producten.

Typering van de activiteiten

A. Zorgdragen voor de ontwikkeling en implementatie van het marketingbeleid

1. Adviseert de directie en het management ten aanzien van het marketingbeleid van de organisatie.
2. Vertaalt het organisatiebeleid naar het marketingbeleid en stelt daarin prioriteiten.
3. Formuleert doelstellingen op de korte en lange termijn voor het marketingbeleid.
4. Ontwikkelt, stimuleert en implementeert kansrijke commerciële activiteiten.
5. Ziet ontwikkelingen, signaleert mogelijkheden en zet deze om in kansen.
6. Stimuleert het "commercieel gevoel" binnen de organisatie.
7. Bewaakt de consistentie van de uitvoering van het marketingbeleid door management en directie.
8. Coördineert de uitvoering en bijsturing van het marketingbeleid.

B. Advies en uitvoering

1. Definieert de visie en strategie voor marketingcommunicatie.
2. Adviseert op basis van marktonderzoek over concrete marktwerkingsplannen.
3. Analyseert vragen en behoeftes in de markt en genereert voorstellen, zodanig dat de organisatie op tijd kan inspelen op marktontwikkelingen.
4. Zorgt voor de uitvoering van de marketingcommunicatie.
5. Beheert het marketingcommunicatiebudget.
6. Levert managementrapportages aan inclusief analyse.

C. Leidinggeven en projectmanagement

1. Plant aan de hand van organisatiedoelstellingen de uit te voeren werkzaamheden en bewaakt het afdelingsbudget.
2. Initieert en voert marketing gerelateerde projecten op organisatieniveau uit.
3. Treedt op als projectleider en draagt zorg voor de planning en budgetbewaking.
4. Zet nieuwe, kansrijke, aan de vraag in de markt beantwoordende projecten en producten in de vorm van product/dienstenaanbod in de markt.
5. Geeft zodanig leiding aan de medewerkers dat zij gestimuleerd en gemotiveerd worden tot het ontwikkelen van nieuwe initiatieven.

Complexiteit

De functie is gericht op het ontwikkelen en uitvoeren van het marketingbeleid, gericht op het operationaliseren en realiseren van de commerciële strategie van de organisatie. Heeft een adviserende rol richting management en directie met betrekking tot marketingbeleid. Bewaakt de uitvoering van het marketingbeleid rekeninghoudend het beleidsplan en interne kaders. De functie bevat elementen van advisering, beleidsontwikkeling en leidinggeven. De functionaris initieert en voert daarnaast diverse marketing gerelateerde projecten uit op organisatieniveau. Schakelt regelmatig om tussen de diverse deelactiviteiten en zich aandienende spoedeisende zaken. Accuratesse is vereist bij het adviseren van management en directie rondom de ontwikkeling en de uitvoering van het marketingbeleid. Tijddwang kan voorkomen als gevolg van het afhandelen van spoedeisende opdrachten en het werken met deadlines.

De kennis dient naar aard en niveau gelijkwaardig te zijn aan HBO, aangevuld met cursussen en/of trainingen met een gemiddelde studielast van 3 jaar. Kennis van de interne organisatie en bedrijfseigen procedures. Dient bij te blijven op het vakgebied.

Zelfstandigheid

De tijdsindeling wordt zelf bepaald hierbij rekening houdend met overlegmomenten en zaken die een reactie vereisen; stelt zelf de prioriteiten. De werkaanpak wordt zelfstandig ingevuld hierbij rekening houdend met interne afspraken en werkwijzen. Inventiviteit, creativiteit en beleidsmatig inzicht worden gevraagd bij gesprekken met management en directie en bij het initiëren en uitvoeren van het marketingbeleid. Toezicht is indirect en vindt plaats door overleg met de directie. In complexe situaties kan de directeur geraadpleegd worden. De te maken keuzen hebben betrekking op ontwikkeling en uitvoering van het marketingbeleid, de voortgang en kwaliteit van de afdeling en van anderen binnen de organisatie. Heeft een adviserende rol richting management en directie.

Heeft intern contact met directie, management gericht op advies en controle op het vastgestelde en uitgevoerde beleid. Deze contacten zijn van noodzakelijk belang voor het geven van sturing aan de marketingprocessen. Overtuigingskracht is bij deze contacten vereist. Geeft leiding aan de afdeling marketing bestaande uit circa 3 personen.

Afbreukrisico

Heeft met enige regelmaat extern contact met klanten, brancheorganisatie en adviseurs, gericht op het inwinnen van informatie, afstemming over van toepassing zijnde marketing gerelateerde wet- en regelgeving of toetsing van het marketingbeleid. Deze contacten zijn van belang voor het realiseren voor een goed werkende marketingorganisatie en de te nemen beslissingen op management- en directieniveau.

Fouten en/of onzorgvuldigheden in de uitvoering van het marketingbeleid, de marketingaanpak en het leidinggeven aan de afdeling, kunnen leiden tot verkeerde beleidsbeslissingen, met financiële schades en imagooverlies tot gevolg. De kans op tijdig ontdekken en herstellen berust vooral op zelfcontrole, controle door Directie en MT of worden door anderen gesignaleerd.

Geheimhouding is vereist ten aanzien van beleidsvoornemens (overname en/of fusieplannen), financiële bedrijfsgegevens, persoonsgegevens en vertrouwelijke informatie.

Fysieke aspecten

Werkt onder kantooromstandigheden regelmatig aan een beeldscherm.



De Marketing Manager komt voor in hoofdkantoren en/of regiokantoren. De Marketing Manager adviseert de directie en het management, ontwikkelt en implementeert zelfstandig het marketingbeleid. Hij zorgt voor een sterke positionering in de markt en segmenten daarvan, door effectief met de markt te communiceren over producten en diensten. De functionaris geeft leiding aan de afdeling en projecten, aan de hand van budget en meetbare indicatoren. De contacten intern en extern zijn gericht op informatievoorziening en op het toezien op de uitvoering van het marketingbeleid.

Toepassingsregels

Lichter	Als de bedrijfsfunctie duidelijk lichter is dan deze referentiefunctie, deel dan de eigen bedrijfsfunctie een functiegroep lager in. Bijvoorbeeld als de bedrijfsfunctie meer aansturing en begeleiding nodig heeft of slechts enkele werkzaamheden van de referentiefunctie uitvoert. De lichtere variant is ook van toepassing als deze gericht is op segmenten van de markt en de aandacht zich meer op de tactische aspecten van het vak richt. Dat geldt ook voor situaties waar de taken meer te maken hebben met het zelf verrichten van marktonderzoek, dan met de beleidsvorming (op basis van marktonderzoek).	H
Gelijk	Als de eigen bedrijfsfunctie min of meer gelijk is aan de referentiefunctie, deel dan de bedrijfsfunctie in dezelfde functiegroep in.	I
Zwaarder	Als de bedrijfsfunctie duidelijk zwaarder is dan deze referentiefunctie, deel dan de eigen bedrijfsfunctie een functiegroep hoger in. Bijvoorbeeld als de bedrijfsfunctie weinig aansturing behoeft, alle werkzaamheden uit de referentiefunctie beheerst en in principe uit kan voeren maar feitelijk een veel groter aandeel in de bedrijfsvoering toegewezen heeft gekregen. Dat is het geval als de functie beleidsbepalend gericht is binnen (meerdere) omvangrijke sectoren van de markt en daarbij strategische, analytische, leidinggevende en administratieve aspecten omvat, waar de belangen in de besluitvorming moeten worden afgewogen.	J