

DIRECTOR para la división de Incentivos, Fidelización y Promociones

Objetivo principal

Planificar y dirigir la política de fidelización, venta y distribución de productos o servicios de la compañía (Incentivos, fidelización y promociones) estableciendo la estrategia comercial a corto, medio y largo plazo.

Funciones principales

Inteligencia de Mercado:

- Evaluar la posición de la cartera de productos y servicios de la empresa: posicionamiento y estrategia.
- Búsqueda y puesta en marcha de nuevos productos y servicios añadidos para diferenciarnos y/o conseguir nuevos ingresos.
- Mantener un flujo de información para determinar el comportamiento de las empresas y las tendencias del mercado: estudios cualitativos y cuantitativos.
- Gestionar y ejecutar los estudios de mercado necesarios, siguiendo los alineamientos del grupo, para identificar las necesidades de los grupos de interés.

Gestión del departamento y equipo

- Plan y control de presupuesto del departamento
- Responsable de feedback continuo y proceso de feedback anual de los miembros del equipo, así como de asignación y control de indicadores individuales

Reuniones

- Reuniones con el equipo comercial y producto, individuales y/o grupales, para realizar valoraciones del trabajo desarrollado

Gestión de equipo comercial IFR:

- Organización, dinamización y control del trabajo de los equipos comerciales
- Definir operaciones comerciales a desarrollar por el equipo
- Realización de Entrevista de Desarrollo semestral del equipo comercial
- Participar en la selección del personal integrante del equipo
- Detectar necesidades de formación y preparación de temas de formación interna
- Mejora del desarrollo comercial

Gestión de Indicadores

- Seguimiento del cumplimiento de los objetivos de actividad comercial y de desarrollo de producto
- Preparación y análisis de los informes comerciales, previsionales de venta y resultados de las operaciones planteadas en el Plan de Acción Comercial
- Cumplimiento de los objetivos comerciales de acuerdo con el presupuesto firmado anualmente

Gestión de clientes:

- Coordinar con los diferentes departamentos las acciones sobre clientes y prospectos
- Asegurar el seguimiento y la asistencia de los clientes actuales, con criterios de satisfacción
- Fidelizar y rentabilizar la clientela existente
- Contribuir al proceso de mejora continua

Habilidades y Experiencia

- Experiencia demostrable en el sector.
- Conocimientos técnicos de nuestro modelo y productos
- Experiencia en sector de servicios corporativos B2B B2B2C
- Experiencia en posiciones comerciales, con gestión de equipos de venta, preventa y Project management.