

MÔ TẢ CÔNG VIỆC

VỊ TRÍ: MARKETING DIRECTOR

NHIỆM VỤ:

1. Hoạch định và triển khai chiến lược Marketing

- Hoạch định chiến lược Marketing theo định hướng kinh doanh của Ban lãnh đạo công ty ngắn và trung hạn;
- Chủ trì công tác xây dựng và đề xuất chiến lược kinh doanh, chính sách về: sản phẩm, giá, kênh phân phối, chương trình thúc đẩy bán hàng, chiến lược ngành hàng;
- Chịu trách nhiệm đo lường, phân tích, đánh giá hiệu quả của chiến lược và chính sách kinh doanh và đề xuất điều chỉnh;
- Nghiên cứu thị trường, phân tích dữ liệu cho từng BU từ đó phân loại, xây dựng chiến lược, kế hoạch và đề xuất định vị thương hiệu phù hợp;
- Đưa ra tầm nhìn chiến lược hoạch định kế hoạch và ý tưởng nhằm xây dựng chiến lược quảng cáo tiếp thị cho các BU;
- Xác định phương hướng và mục tiêu chiến lược cho các thị trường hiện có và tiềm năng;
- Định hướng, tư vấn đối với các BU xây dựng các kế hoạch tiếp thị phù hợp và giám sát việc thực hiện triển khai; kiểm soát ngân sách tiếp thị đã được duyệt;
- Đầu mối triển khai các chiến lược, kế hoạch tiếp thị chung của SBT đến các BU.

2. Nghiên cứu, dự báo và phát triển thị trường

- Chịu trách nhiệm tổ chức hoạt động nghiên cứu xu hướng, dự báo nhu cầu thị trường định kỳ hoặc theo yêu cầu để tham mưu cho BLĐ công ty về định hướng kinh doanh;
- Chịu trách nhiệm triển khai tìm kiếm và phát triển các thị trường mới, mở rộng và thúc đẩy thị trường hiện tại;
- Phối hợp cùng phòng R&D triển khai nghiên cứu, phát triển các sản phẩm mới.

3. Lập kế hoạch và triển khai hoạt động Marketing hỗ trợ bán hàng

- Xây dựng kế hoạch Marketing hỗn hợp theo từng mục tiêu cụ thể nhằm tăng số lượng khách hàng quan tâm đến thương hiệu và sản phẩm của công ty;

- Thiết lập ngân sách marketing và chịu trách nhiệm trong phạm vi ngân sách được giao đảm bảo kinh doanh hiệu quả;
- Xây dựng và tổ chức triển khai các chiến dịch MKT, truyền thông quy mô lớn.

4. Xây dựng và phát triển các chương trình liên kết nội bộ và bên ngoài nhằm hỗ trợ BU đạt được mục tiêu kinh doanh

- Xây dựng các chương trình liên kết giữa các BU và/hoặc các đơn vị khách thuộc SBT hoặc đối tác bên ngoài nhằm thúc đẩy hoạt động tiếp thị đa kênh, bán hàng đa kênh cũng như các chương trình khuyến mãi để đạt được mục tiêu kinh doanh;
- Tối ưu hóa sự hiện diện kỹ thuật số của công ty và thương hiệu sản phẩm thông qua phương tiện truyền thông xã hội, thương mại điện tử và các nền tảng có liên quan khác;
- Phối hợp với các Phòng/Ban ở các BU nhằm gia tăng chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng.

5. Quản lý, điều phối và giám sát các bộ phận liên quan Marketing

- Giám sát các kế hoạch tiếp thị diễn ra theo đúng cột mốc thời gian và kế hoạch đã được đề ra;
- Thẩm định và kiểm soát việc sử dụng ngân sách Tiếp thị của các BU theo đúng kế hoạch ngân sách đã được phê duyệt;
- Truyền cảm hứng, đào tạo và trao quyền để đội ngũ tiếp thị làm việc mạnh dạn và hiệu quả;
- Xây dựng và phát triển đội ngũ chuyên viên marketing chuyên nghiệp cho công ty.

6. Quản lý và phát triển thương hiệu

- Xây dựng bộ tiêu chuẩn nhận diện thương hiệu;
- Xây dựng và triển khai công tác truyền thông, brand sản phẩm;
- Liên tục xem xét các thay đổi của thị trường, xu hướng tiêu dùng và hoạt động của các đối thủ cạnh tranh, điều chỉnh kế hoạch tiếp thị nếu cần thiết.

7. Đánh giá & báo cáo

- Đánh giá và báo cáo các kế hoạch tiếp thị đã xây dựng, thực hiện, từ đó, đưa ra những chiến lược ngắn - trung - dài hạn phù hợp theo từng cột mốc thời gian.

YÊU CẦU CÔNG VIỆC:

Trình độ: Tốt nghiệp Đại học trở lên các ngành QTKD, Marketing, Kinh tế, Ecommerce

Kinh nghiệm: Có tối thiểu 15 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Marketing, trong đó có ít nhất 08 năm kinh nghiệm tại các vị trí quản lý từ cấp Trưởng phòng MKT trong các công ty FMCG, ưu tiên từng làm việc tại các công ty FMCG tại Việt Nam.

Kiến thức:

- Am hiểu về kinh tế vĩ mô, thị trường ngành FMCG
- Am hiểu các hoạt động kinh doanh và marketing trong doanh nghiệp.
- Am hiểu công tác nghiên cứu thị trường và xây dựng chiến lược marketing
- Am hiểu về các công cụ digital Marketing

Kỹ năng:

- Kỹ năng nghiên cứu và phân tích thông tin thị trường
- Kỹ năng hoạch định chiến lược marketing
- Kỹ năng tổ chức, đo lường hiệu quả kế hoạch marketing hỗn hợp
- Kỹ năng quản lý các công cụ digital marketing
- Kỹ năng quản lý và lãnh đạo
- Kỹ năng đào tạo và huấn luyện nhân viên
- Tiếng Anh giao tiếp tốt

Phẩm chất:

- Có khả năng tư duy phân tích, sáng tạo và đề xuất các giải pháp phát triển thị trường
- Có khả năng hoạch định và thực thi chiến lược marketing
- Khả năng chịu áp lực công việc cao và sức ảnh hưởng