

Syfte

Att ansvara för och utveckla företagets marknadsföring.

Marknadschefen är en nyckelbefattning i företagets styrelse och ska agera som dess expert inom marknadsföring.

Marknadschefen ska aktivt och på eget initiativ analysera företagets marknadsposition och lägga fram förslag till förändringar, förbättringar och övriga åtgärder som behövs för att utveckla företaget.

Organisatorisk placering

Marknadschefen är organisatoriskt placerad under företagets VD och ingår i företagets styrelse [ledningsgrupp].

Ansvar

Marknadschefen ansvarar inför företagets VD och dess styrelse [ledningsgrupp].

Marknadschefen ansvarar för att företaget och dess produkter når marknaden och den valda målgruppen. Personen i fråga ska även se till att kampanjer utförs och marknadsundersökningar genomförs.

Marknadschefen ansvarar för att ta fram, underhålla och utveckla företagets varumärke, produkter och dess nya kundsegment.

Marknadschefen ska planera, genomföra och följa upp företagets marknadsaktiviteter, bl a mässor, och i samråd med ekonomichefen göra upp en budget för dessa.

Marknadschefen ansvarar även för företagets omfattande mässprogram,

- ▶ övergripande marknadsplan
- ▶ mässplan
- ▶ mässrapport
- ▶ monterbyggnad
- ▶ mässtrategier

Samarbete

Marknadschefen ska gärna samverka med övriga medarbetare i företaget, till exempel försäljningschefen för att beräkna intäkterna för försäljning på kommande mässor, ekonomichefen för att beräkna företagets resultat och VD för att planera den kort- och långsiktiga verksamheten.

Styrelsen

Marknadschefen deltar i företagets strategiska styrelsearbete och är alltid föredragande och förslagsställare på sina stabsområden.

Marknadschefen rapporterar om,

- ▶ marknadsplanen i företagets affärsplan
- ▶ utfall
- ▶ prognos

- › analys
- › kommande aktiviteter, planer och rapporter

Arbetsuppgifter

Företagets marknadschef ansvarar för nedanstående löpande uppgifter,

Verksamheten

- › att arbeta med marknadsföring både strategiskt och operativt.
- › att sätta mål, följa upp, analyserar och skapa nya aktiviteter.
- › att ta fram marknadsbudget.
- › att effektivt välja marknadsföringskanaler.
- › att ta fram en marknadsplan som ska godkännas av styrelsen.
- › att ta fram underlag för prissättning av företagets produkt.

Mässor

- › att planera och genomföra aktiviteter på mässor och i media.
- › ansvara för aktiviteter före - under - efter mässan.
- › ansvara för mässplan.
- › ansvara för mässrapport.

Kommunikation

- › ansvarar för relationer, kommunikation, reklam och pr.
- › skapa företagets grafiska profil och ta fram dess grafiska manual.
- › ansvara för företagets externa marknadskommunikation.
- › utforma reklam efter hur och var företaget vill synas.

Kontakter

- › ta hand om befintliga kontakter - kunder, tryckeri och byråer
- › knyta nya kontakter

Kampanjarbete

- › ta fram olika aktiviteter/kampanjer som ska ut i radio och dagspress.
- › skriva och skicka ut pressrelease.
- › ansvara för företagets marknadsstrategi.

Varumärke

- › att tillsammans med VD förstärka företagets varumärke.
- › ansvara för konkurrentbevakning.
- › ansvara för marknads- och attitydundersökningar.

Månatlig rapportering till styrelsen

- ▶ löpande analysera och följa upp marknadsaktiviteter.
- ▶ kommande aktiviteter.
- ▶ övrigt av vikt för den innevarande perioden.

Helsingborg 3 februari 2012

Sofi Andersson, marknadschef

Malin Klazon, VD