

Naziv radnog mesta	DIREKTOR PRODAJE RASHLADNIH JEDINICA, FILTERA, REZERVNIH DELOVA & MARKETING
Opis radnog mesta	Direktor Prodaje Rashladnih Jedinica, Filtera, Rezervnih Delova I Marketinga je odgovoran za vođenje prodajnih timova za prodaju filtera, rezervnih delova, rashladnih jedinica, i marketing, razvijanje i implementaciju strategija koje obezbeđuju rast prihoda i jačanje tržišne pozicije kompanije. Direktor Prodaje & Marketinga je odgovoran za integraciju svih prodajnih i marketinških aktivnosti kako bi se povećali prihodi, izgradio brend i osigurala konkurentska prednost. Njegova uloga je strateška, ali i operativna, jer direktno utiče na profitabilnost i dugoročni uspeh kompanije. Direktor Prodaje & Marketinga je dobar u prodaji, koordinira razvoj poslovanja između odeljenja, može da se kreće kroz složenost unutar organizacije i tržišta kako bi postigao rezultate za krajnji rezultat WBM-a.
Stepen stručne spreme	VII ₁ (VSS)
Vrsta stručne spreme	Diplomirani mašinski inženjer, dipl. ekonomista, diploma iz oblasti menadžmenta, marketinga, ili srodnih disciplina. Poželjno) Master studije ili sertifikati iz oblasti prodaje, poslovnog upravljanja ili liderstva.
Ciljevi i uloga radnog mesta	- Sarađuje sa izvršnim direktorom i vlasnicima u postavljanju i definisanju, razvoju i sprovođenju prodajne i marketinške strategije. - Prevodi strategiju kompanije u korake koji se mogu preduzeti za rast, implementaciju postavljenih ciljeva širom organizacije, upravljanje učinkom i godišnje planiranje prodaje u cilju postizanja maksimalnog ekonomskog efekta poslovanja: profitabilnost, stabilnost i likvidnost kompanije. - Upravlja reputacijom kompanije na tržištu. - Kreira, razvija i implementira strategije za jačanje brenda. - Obezbeđuje dokumenovane i ažurne trendove tržišta, potrebe kupaca i aktivnosti konkurencije koje se koriste za prilagođavanje prodajne i marketinške strategije. - Obezbeđuje efikasno zapošljavanje, prijem, profesionalni razvoj, upravljanje učinkom i zadržavanje. - Obezbediti zadovoljavajući nivo zadovoljstva zaposlenih i kupaca u skladu sa ciljevima kompanije. - Sarađuje sa drugim rukovodstvom kompanije, menadžerima i članovima tima kako bi podstakao saradnju, brži rast prihoda i veću profitabilnost. - Obezbeđuje interno liderstvo i usmeravanje za timove prodaje i marketing u skladu sa ciljevima kompanije. - Zajedno sa Direktorom Prodaje za Rudarstvo i Građevinu odgovoran je za uspostavljanje i poštovanje standardizovanog proces prodaje na nivou kompanije. - Organizuje, planira i nadgleda sve aktivnosti vezane za prodaju u svom odeljenju i marketing na nivou kompanije. - Nadgleda poslovanje kompanije i produktivnost zaposlenih kako bi se osiguralo da su zaposleni motivisani, obučeni i da izvršavaju svoje odgovornosti prema traženim standardima. - Razvija i implementira politike i procedure kako bi se osiguralo da odeljenje ostvari svoje poslovne ciljeve. - Izgrađuje visoko inkluzivnu kulturu koja osigurava da članovi tima napreduju i da su ciljevi organizacije ispunjeni.

Odgovornosti

- Obezbeđuje usklađenost sa nacionalnim i lokalnim poslovnim propisima i preduzima odgovarajuće mere kada je to potrebno.
- U toku je sa trendovima industrije, predviđa i predlaže inovacije, programe, proizvode i usluge za rast i razvoj kao i modernizaciju kompanije izvršnom direktoru i vlasniku.

Strategija & Planiranje

- Definiše, razvija i sprovodi prodajne strategije za povećanje prihoda i osvajanje tržišta usklađene sa dugoročnim i kratkoročnim ciljevima kompanije.
- Definiše, razvija i sprovodi marketinšku strategiju usklađenu sa dugoročnim i kratkoročnim ciljevima kompanije.
- Prikuplja podatke i koristi ih za predviđanje performansi prodaje.
- Postavlja ciljeve prodaje svih programa u odeljenju i prati njihovo ostvarenje.
- Postavlja ciljeve marketinga na nivou kompanije i prati njihovo ostvarenje.
- Razvijanje strategije za upravljanje i razvoj kupcima i proširenje baze kupaca.
- Planira i kontroliše budžet prodaje i marketinga odeljenja.
- U toku je sa trendovima industrije, predviđa i predlaže inovacije, programe, proizvode i usluge za rast i razvoj kao i modernizaciju kompanije izvršnom direktoru i vlasniku.

Upravljanje WBM Brendom

- Razvija i implementira strategije za jačanje brenda.
- Upravlja reputacijom kompanije na tržištu.
- Povećava prisutnost i vidljivost brenda putem digitalnih i tradicionalnih kanala.
- Vodi kampanje za povećanje prepoznatljivosti brenda i generisanje potražnje.
- Kreira pozicioniranje proizvoda/usluga na tržištu.

Analiza & Preporuke

- Prati i meri rezultate kampanja i prodajnih inicijativa.
- Prati i dokumentuje trendove tržišta, potrebe kupaca i aktivnosti konkurencije koje deli interno sa zainteresovanim stranama.
- Prikuplja i analizira podatke o kupcima i tržištu za prilagođavanje prodajne strategije.
- Predlaže inovativne pristupe za privlačenje i zadržavanje kupaca.
- Sastavlja analize u prezentacije, izveštaje i preporuke koje predstavlja zainteresovanim stranama uključujući i vlasnike.
- Vodi predviđanje prihoda i profita procenjujući efektivnost prodaje.
- Analizira svaki aspekt koji utiče na prodaju, od poslovnih taktika, cena, prodajnih strategija, marketinških strategija do aktivnosti konkurenata.
- Određuje efikasnost trenutnih prodajnih i marketinških inicijativa u odnosu na ključne parametre uspeha i sprovedi neophodne promene.

Optimizacija Prodajnih i Marketinških Procesu

- U saradnji sa Direktorom Prodaje za Rudarstvo i Građevinu kreira i implementira standardizovani proces prodaje na nivou firme koji je jednostavan, praktičan i fokusiran na kupca.

- Definiše prodajni levak po prodajnom programu, faze prodajnog toka, prodajni ciklus i procenat konverzije.
- Kontinuirano analizira prodajne procese, pronalazi uska grla, kreira i sprovodi novu inicijativu za optimizaciju prodajnog procesa.
- Identifikuje i implementira alate i tehnologiju za automatizaciju i praćenje prodajnih i marketinških aktivnosti (CRM, analitika) i za poboljšanje prodajnog učinka.
- Automatizuje rutinske zadatke i poboljšava efikasnost timova.
- Razvija efikasne prodajne kanale (direktna prodaja, e-trgovina, partnerstva).
- Zadužen je za saradju i sinhronizaciju onlajn strategije i prodajno-marketinske strategije sa ciljem izgradnje odnosa sa potencijalnim kupcima koji postaju kupci u procesu prodaje.
- Zadužen je da svi postojeći, novi kontakti kupca i potencijalnih kupaca su dostupni postojećem ERP-u i na WBM mreži za sve programe.
- Kreira i inapređuje sadržaj definisanih kanala komunikacije (društvene mreže, digitalni marketing, tradicionalni mediji).

Upravljanje Timom

- Postavlja jasne ciljeve za timove i pojedince koristeći uspostavljeni sistem upravljanja performansama zaposlenih.
- Prati ključne pokazatelje performansi (KPIs) zaposlenih.
- Analizira rezultate i predlaže mere za unapređenje.
- Zapošljava, razvija i zadržava prodajno i marketinško osoblje.
- Radi sa odeljenjem za ljudske resurse na razvoju sveobuhvatnog procesa za privlačenje, uključivanje i mentorstvo vrhunskih talenata u prodaji i marketingu, i obezbeđenje neophodne obuke.
- Usmerava i nadgleda zaposlene u timu kako bi se osiguralo da su motivisani i obučeni da izvršavaju svoje odgovornosti prema traženim standardima.
- Motivira i sprovodi mentorstvo prodajnog i marketinškog tima radi poboljšanja performansi.
- Održava redovne sastanke i evaluacije sa zaposlenima kako bi se osiguralo postizanje ciljeva.
- Unapređuje saradnju između timova u odeljenju i van za postizanje sinergije.
- Obezbeđuje zadovoljavajući nivo zadovoljstva zaposlenih u skladu sa ciljevima kompanije.

Upravljanje kupcima i odnosima

- Izgrađuje, održava i razvija odnose sa kupcima i poslovnim partnerima.
- Identifikuje i razvija nove poslovne prilike.
- Aktivno učestvuje u pregovorima i zaključivanju ugovora.
- Rešava probleme kupaca i obezbeđivanje visok nivo zadovoljstva kupaca.
- Razvija strategije za povećanje zadovoljstva i lojalnosti kupaca.

Izgradnja Odnosa i Saradnja

- Izgrađuje i održava odnose poverenja sa ključnim internim i eksternim zainteresovanim stranama: kupcima, partnerima, principalima, članovima tima, drugim kolegama i koleginicama, izvršnim direktorom i vlasnicima.
- Sarađuje sa drugim rukovodstvom kompanije, menadžerima i članovima tima kako bi podstakao saradnju, brži rast prihoda i veću profitabilnost.
- Pomaže u izgradnji usklađivanja prodaje, nabavke, servisa i marketinga radeći međufunkcionalno.
- Usklađuje razvoj prodajnog asortimana i usluga za kreiranje ponuda prilagođenih tržištu.
- Podrška i koordinacija obuke između prodaje, marketinga i drugih službi u kompaniji kako bi se podržale inicijative za zadovoljstvo zaposlenih.

Zastupanje Kupaca

- Pokreće strategiju akvizicije kupaca kompanije sa pozitivnim i efikasnim iskustvom kupaca od početnog angažovanja do završetka kupovine.
- Odgovoran je da su procesi prodaje i marketinga jednostavni i usmereni na kupca i kupčevo putovanje.
- Obezbediti zadovoljavajući nivo zadovoljstva kupaca u skladu sa ciljevima kompanije.

Rukovođenje i Nadzor

- Kreira zdravu prodajnu organizacionu strukturu, dobro osmišljene teritorije i planove prodaje da ostvare prodajne ciljeve.
- Kreira, upravljanja i ostvaruje planove za ključne kupce.
- Nadgleda sve aktivnosti vezane za prodaju, uključujući procenu, primenu i izveštavanje o prodajnim strategijama koje će doneti veći prihod i razviti WBM kompaniju.
- Prati ključne pokazatelja performansi (KPIs) za prodaju i marketing, i redovno izveštava izvršnom menadžmentu/ izvršnom direktoru o rezultatima prodaje i marketinških aktivnosti, i trendovima na tržištu.
- Upravlja i kontroliše operativne budžete i troškove kako bi osigurali i unapredili profitabilnost i osigurali da kompanija ima sve resurse potrebne da ispuni svoje ciljeve u okviru dogovorenih finansijskih parametara.
- Prati učinak pomoću softvera za praćenje, analizira i tumači podatke i metrike, i preduzima korektivne mere kada je to potrebno, i priprema detaljna ažuriranja i predviđanja.
- Daje preporuke za unapređenje prodajnih procesa i strategija.
- Zadužen je za upravljanje svim zaposlenima u odeljenju.
- Zadužen je da svi imaju zamenu, da je više WBM prodavaca upoznato sa svim kontaktima kod kupaca i da se svi procesi nesmetano prate u slučaju odsustva članova tima.

07	Ovlašćenja i odgovornosti	Definisana zakonom za svaku oblast poslovanja i Statutom firme Odgovoran je za zakonitost rada
08	Briga o osoblju	Da razume i primenjuje politiku i ciljeve kvaliteta i da zaposleni budu motivisani za svoj rad i ostvarenje ciljeva WBM-a
09	Imovina firme	1. Odgovoran je za kompletnu imovinu firme kojom upravlja 2. Može samo da je uveća, a ne sme da je umanji
10	Odnosi sa drugim rukovodiocima	Hijerarhijski je nadređen menadžerima i zaposlenima prodaje zastupljenih brendova u svom odeljenju i zaposlenima u marketing.

Rukovodilac ovog radnog mesta je Izvršni Direktor.

11	Pol	Nevažno
12	Probni rad	6 meseci
13	Radno vreme	Prva smena sa bez ograaničavanja SA radnim vremenom
14	Vrsta radnog odnosa	Na neodređeno vreme
15	Mesto rada	Kancelarija
16	Uslovi rada	1. Kancelarijski 2. Česta putovanja 3. Efektni astanci
17	Neophodno Iskustvo	◆ Diploma ili ekvivalentne i relevantne profesionalne kvalifikacije. ◆ Minimum 7-10 godina iskustva u prodaji, od čega najmanje 3 godine na rukovodećoj poziciji. ◆ Iskustvo u upravljanju timovima i postizanju prodajnih ciljeva. ◆ Iskustvo u razvoju i sprovođenju efikasnih prodajnih strategija u rudarskoj, građevinskoj, automobilskoj, transportnoj, i/ili poljoprivrednoj industriji. ◆ Demonstrirano postizanje i prevazilaženje ciljeva prodaje. ◆ Poželjno iskustvo u razvoju B2B marketinške strategije i upravljanju B2B marketinškim aktivnostima. ◆ Razumevanje tržišnih trendova i potreba relevantne industrije. ◆ Poželjno iskustvo u razvijanju organizacije prodaje kao i standardizacija, sistematizacija i modernizacija procesa prodaje za celu kompaniju. ◆ Demonstrirano iskustvo u razvijanju inovativnih prodajnih strategija koje su pomogle da kompanija ostvari da je ispred konkurencije. ◆ Sposoban da sprovodi istraživanje i analizira sirove informacije iz različitih izvora podataka. ◆ Posедуje tehnološke sposobnosti u korišćenju ERP-a i/ili drugih softverkih alata, za praćenje aktivnosti prodajnog tima i generisanje izveštaja o prodaji koji im omogućavaju upravljanje prodajom. ◆ Poseduje veštine analiziranja izveštaja da bi razumeli koje korake treba da preduzmu dok rade ka ciljevima kompanije. ◆ Sposobnost efikasne komunikacije (saopštavanja analize, mišljenja i izveštavanja) sa svojim timom, menadžerima, direktorima, generalnim direktorom i vlasnicima, i kupcima. Jasna prodajna komunikacija određuje uspeh internog učinka, kao i sposobnost organizacije da održava i uspostavlja poslovne odnose spolja. ◆ Obezbeđuje materijale za upustva, prenosi znanje i iskustvo mlađem osoblju. ◆ Demonstrirane međuljudske veštine orijentisane na kupce i pružanju izvrsnosti kupcima. ◆ Posvećen kvalitetu. ◆ Razumevanje naprednog poslovnog planiranja i regulatornih pitanja.
18	Neophodne Veštine	◆ Snažno poznavanje prodajnih strategija i tehnika. ◆ Strateško razmišljanje. ◆ Odlične organizacione i liderske sposobnosti, sa postojanom odlučnošću i ličnim integritetom. ◆ Sposobnost interne i eksterne efikasne i efektivne komunikacije. ◆ Analitičke sposobnosti za procenu podataka i metrike performansi/operacije i donošenje odluka na osnovu podataka. ◆ Odlične međuljudske i pregovaračke veštine. ◆ Veštine upravljanja odnosima s kupcima.

- ◆ Lična sposobnost da uspostavi smislene i snažne veze sa drugima.
- ◆ Izvanredna sposobnost motivisanja tima i podsticanja saradnje.
- ◆ **Proaktivnost i orijentisanost na rezultate.**
- ◆ Sposobnost vođenja više zadataka istovremeno.
- ◆ Sposobnost brzog dijagnosticiranja problema i predviđanja potencijalnih problema, i inovativnost u **rešavanju problema**.
- ◆ **Prilagodljivost** i brzo reagovanje na promene na tržištu.
- ◆ Sposoban da radi samostalno ili sa drugima, i pod pritiskom.
- ◆ Odlične **veštine donošenja odluka**.
- ◆ Odlične veštine upravljanja vremenom.
- ◆ Razume uticaj **tehnologije i digitalnog marketinga** na poslovanje i koristi tehnologije za podsticanje rasta.