

Должностная инструкция

рекламного агента

1. Общий раздел

1. Рекламный агент нанимается и увольняется руководителем фирмы по предложению начальника коммерческого отдела.
2. Рекламный агент подчиняется главе коммерческого отдела.
3. Кандидат на эту позицию должен подходить под следующие критерии:
 - среднее (средне-специальное) образование;
 - стаж работы по продажам от одного года.
4. В случае отсутствия рекламного агента (заболевание, отпуск и пр.) его обязанности на определенный срок передаются другому агенту, по распоряжению главы коммерческого отдела.
5. Рекламный агент обязан понимать:
 - действующую нормативно-правовую базу, регулирующую рекламную деятельность и область продаж рекламных услуг;
 - параметры установления взаимовыгодных долгосрочных отношений с клиентами;
 - разновидности рекламы и особенности её передачи через различные каналы;
 - правила оценки эффективности рекламного воздействия на потребителя;
 - ценовую политику для клиентов, в том числе в области скидок и льгот;
 - теоретические основы рекламного дела, маркетинга, деятельности СМИ и социальных сетей, психологии потребителя;
 - особенности товаров и услуг, продвигаемых клиентами с помощью рекламы;
 - параметры оценки эффективности достигнутых результатов (KPI);
 - текущее состояние и перспективы действующих и потенциальных клиентов;
 - отраслевые и региональные особенности рекламного рынка;
 - принципы работы с соответствующими документами;
 - современные тенденции развития рекламного дела;
 - правила взаимодействия с другими служащими, представителями клиентов и партнеров;
 - основные приемы личных продаж;
 - обязательные к соблюдению стандарты фирмы в сфере охраны труда, пожарной безопасности, внешнего вида;
 - основы работы с необходимыми программами и оргтехникой.
6. Рекламный агент руководствуется:
 - профильным законодательством;
 - документами фирмы;
 - данной инструкцией.

2. Функции

Рекламный агент отвечает за следующие вопросы:

1. Помощь клиентам в организации продвижения их продукции через каналы распространения рекламы с помощью фирмы.
2. Поиск перспективных клиентов для фирмы.
3. Поддержание отношений с прошлыми и текущими клиентами, в том числе путем их информирования о новых возможностях.
4. Подготовка анализа по результативности рекламных акций для клиентов и руководства.
5. Мониторинг результативности проводимых рекламных акций, а также их соответствия требуемым параметрам.
6. Донесение до руководства информации по настроениям и намерениям клиентов.
7. Взаимодействие с другими служащими в сфере решения вопросов, поднятых клиентами.
8. Взаимодействие с представителями СМИ и социальных сетей.

9. Ведение соответствующей профильной документации, в том числе заключение договоров.
10. Переговоры и встречи с существующими и потенциальными клиентами и партнёрами.
11. Отслеживание текущей рекламной активности, выявление основных трендов и особенностей.
12. Участие в планировании объема и направления рекламной деятельности клиентов.
13. Мониторинг ситуации с продажами рекламных услуг у конкурентов фирмы.
14. Ведение базы данных по клиентам и сделкам.
15. Отслеживание ситуации с полной и своевременной оплатой проведенных сделок.
16. Соблюдение стандартов, установленных фирмой, по трудовой дисциплине, внешнему виду, пожарной безопасности.

3. Ответственность

Рекламный агент может быть наказан за:

1. Совершенные в ходе проведения работ нарушения действующих законов и норм — в соответствии с нормами трудового, административного или уголовного права.
2. Неисполнение своих обязанностей — в границах, указанных в документации фирмы и трудовом праве.
3. Ущерб, полученный из-за него работодателем, — в пределах, данных в соответствующих положениях законодательства.

4. Права

Рекламный агент обладает следующими возможностями:

1. Получать внутренние данные, востребованные в его профессиональной деятельности, в том числе по расчетам показателей результативности (KPI).
2. Получать, в оговоренных размерах, частичную компенсацию своих расходов на транспорт и сотовую связь.
3. Знакомиться с проектами документов, затрагивающих его сферу трудовой деятельности.
4. Вносить для руководства предложения по улучшению трудовых процессов.
5. Требовать от руководства соблюдения тех условий, которые необходимы для успешного выполнения его работ.
6. Повышать свою квалификацию путем профильного обучения за счет фирмы на условиях, оговоренных в соответствующей внутренней документации.