

PUESTO DE TRABAJO: SEGMENT MANAGER

Autor	Héctor Merodio
Fecha	091008
Puesto	Segment Manager

1. Misión del puesto

Definir el modelo y la estrategia de desarrollo del segmento, así como el desarrollo de las acciones a realizar con la cartera de clientes y potenciales a los que van dirigidos nuestros productos y servicios.

Ello implica el conocimiento del segmento de referencia, es decir, el negocio del segmento, las variables de segmentación, la cuantificación del segmento y el posicionamiento de VisualMente respecto a este segmento.

2. Perfil

FORMACIÓN:

- Licenciado o Diplomado en el segmento de referencia
- Dominio del idioma inglés
- Conocimientos avanzados de ofimática, bases de datos e Internet
- Cinco años de experiencia, al menos en el segmento de referencia.
- Experiencia en el diseño y/o marketing de productos tecnológicos (e-learning, aplicaciones para marketing interactivo u otro tipo de soluciones tecnológicas).
- Capacidad de negociación
- Visión estratégica
- Orientación al cliente y a resultados

COMPETENCIAS:

- Dinamismo
- Iniciativa
- Curiosidad
- Organización
- Interacción humana
- Empatía
- Creatividad
- Capacidad de trabajo
- Habilidad social
- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Tolerancia al estrés
- Edad orientativa: de 30 a 35 años
- Otros: disponibilidad para viajar

3. Funciones principales

1. En colaboración con el área comercial y la dirección de Desarrollo de Negocio impulsar y proponer nuevas estrategias de venta para el segmento asignado y mejorar las existentes, con el fin de incrementar las ventas y asegurar un óptimo posicionamiento, presencia e imagen de marca de nuestros productos en el mercado.
2. Realizar el análisis y seguimiento de resultados.
3. Gestionar el Portfolio de soluciones para el Segmento, impulsando el desarrollo de la oferta existente y proponiendo nuevos desarrollos de soluciones y/o productos y servicios, en colaboración con las áreas de Desarrollo de Negocio y Comercial.
4. Propone y elabora en coordinación con el área comercial el modelo de negocio que se adapte en mejor medida a las necesidades del segmento de clientes al que va dirigido la oferta de servicios, productos y soluciones concretas.
5. Poner en marcha acciones encaminadas al conocimiento del mercado, así como las necesidades y motivaciones de compra de los clientes (actuales, potenciales o usuarios) con el objeto de gestionar las mejores soluciones. Es decir, investigación de mercado, estudio de tendencias y comportamientos del mercado, políticas de customer intimacy, fidelización de clientes, seguimiento y análisis de bajas, etc.
6. Colaborar en acciones de Campañas, Eventos, Presentaciones corporativas, Prescriptores, Partners, etc.
7. Seguimiento y gestión de los proyectos de su segmento, desde el comienzo hasta el final, tanto con los clientes internos como los externos en este caso en colaboración directa con el Ejecutivo de Cuenta del cliente final de cada Proyecto.
8. Y todas aquellas funciones propias de su categoría profesional y funcional.
9. Controlar de manera continua el servicio que presta a los clientes tanto internos como externos.
10. Colaborar en el tratamiento eficaz de las reclamaciones de los clientes, tanto internos como externos.