

Cargo: Jefe de marketing.

Área: Marketing - Diseño Gráfico.

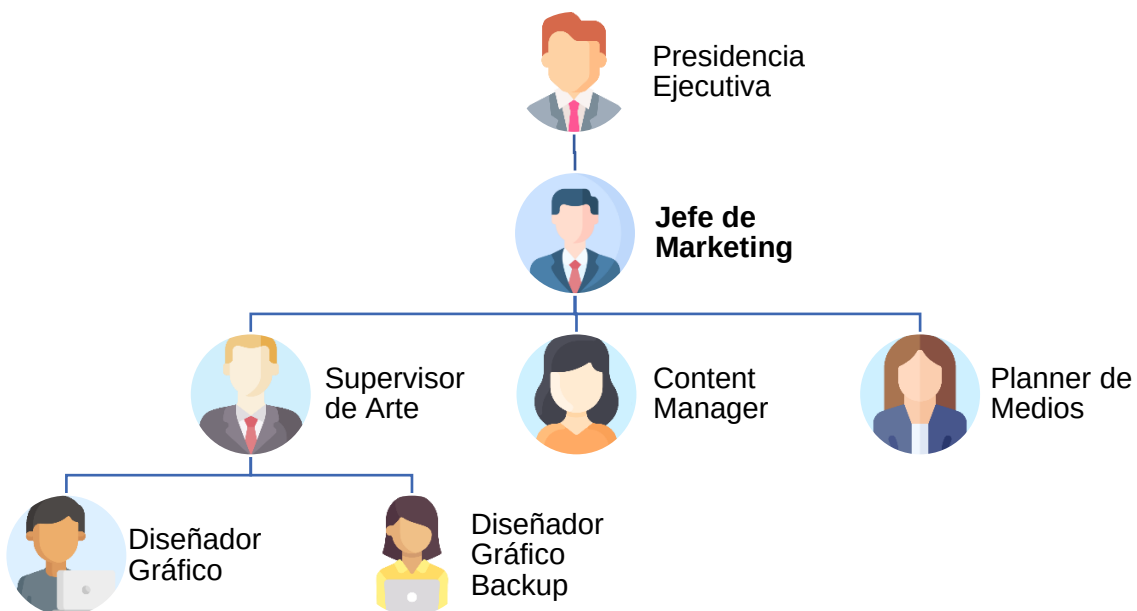
Jefe Inmediato: Presidencia Ejecutiva.

I. OBJETIVOS DEL CARGO

- Desarrollar estrategias de marketing (*Digital*) mediante el análisis de métricas y campañas publicitarias, con el fin de aumentar la visibilidad de la marca, impulsar las ventas y garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales de la empresa.

II. RELACIÓN ORGANIZACIONAL

Organigrama:



III. FUNCIONES

1. Desarrollo de estrategia de marketing en plataformas digitales.

- Elaborar una propuesta estratégica detallada en un documento que incluya: objetivos, requisitos, beneficios, ventajas y desventajas.
- Presentar la propuesta a la presidencia ejecutiva para su revisión y aprobación.
- Compartir la estrategia con los representantes de los subsistemas (*Desarrollo web, Contenido, Ecommerce y Diseño gráfico*) para su implementación efectiva y alineada con los objetivos establecidos.

2. Negociación de paquetes de marketing con la marca.

- Presentar los diferentes paquetes de marketing disponibles a los clientes (*marca*), destacando sus beneficios y alcances.
- Coordinar las actividades necesarias para adaptar los paquetes a los requerimientos y expectativas del cliente, asegurando el cumplimiento de sus objetivos y la satisfacción de sus necesidades.

3. Solicitud de presupuesto para la inversión publicitaria (Pautas).

- Elaborar el presupuesto mensual destinado a campañas de marketing, detallando los costos y recursos necesarios.
- Presentar el presupuesto a la presidencia ejecutiva, incluyendo un desglose claro de los gastos propuestos, para su revisión y aprobación.

4. Monitoreo de Pautas.

- Supervisar el desempeño de las campañas publicitarias, evaluando métricas clave como alcance, interacciones y retorno de inversión (ROI).
- Tomar decisiones estratégicas basadas en los resultados obtenidos, ajustando las campañas para optimizar su rendimiento y garantizar un uso eficiente del presupuesto asignado.

5. Monitoreo y Optimización de Estrategias de Marketing y ventas

- Evaluar el rendimiento de campañas en redes sociales, identificando áreas de mejora y realizar ajustes para optimizar resultados.
- Revisar el reporte de ventas por asesor, verificando su rendimiento y comunicando inconsistencias o problemas al Jefe de Ventas Ecommerce para su intervención.

6. Capacitación y seminario para el equipo de marketing.

- Identificar las necesidades de capacitación del equipo de marketing a través de análisis internos o retroalimentación.
- Coordinar capacitaciones y seminarios con Expertos o facilitadores (Interno o externo) dirigidos al equipo de marketing.
- Realizar seguimiento posterior al evento de capacitación para evaluar su efectividad mediante encuestas, entrevistas, o medición de indicadores de desempeño en el trabajo.

IV. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora del posicionamiento digital mediante estrategias de SEO/SEM, aumentando alcance e interacción con el público objetivo.
- Maximización de la rentabilidad de las inversiones publicitarias, manteniendo los costos dentro del presupuesto.
- Impulso de las ventas a través de estrategias promocionales efectivas y gestión eficiente de canales de venta.
- Optimización de la experiencia del usuario en la página web y redes sociales, ofreciendo interacciones personalizadas.
- Capacitación continua y mejora de habilidades del equipo de marketing, alineándolo con las metas de la empresa.
- Implementación exitosa de estrategias, cumpliendo plazos y contribuyendo a objetivos a corto y largo plazo.

V. ENTREGABLES

- Presentación de Paquetes de Marketing con actividades, precios y beneficios para clientes.
- Informe de Rendimiento por Asesor, analizando ventas individuales y destacando logros o áreas de mejora.
- Presupuesto Mensual de Pautas con desglose de gastos y estimación de ROI.
- Informe de Desempeño de Pautas con objetivos alcanzados, impresiones, alcances y costos en Meta Ads Manager.
- Contratos y Acuerdos Formalizados que documenten servicios aprobados por presidencia.
- Plan Estratégico por Plataforma con objetivos, acciones y métricas para cada canal.
- Informe Estratégico Visual con datos clave, propuestas de mejora y análisis de resultados de campañas.

VII. INDICADORES (KPI's) DEL CARGO

- % de Cumplimiento del Presupuesto en el año.

VII. INDICADORES (KPI's) DEL CARGO

NIVEL ACADÉMICO:

- **Formación académica:** Licenciatura en Marketing Digital, Ciencias de la comunicación, Administración o carreras afines.
- **Experiencia laboral:** Mínimo 2 a 3 años en roles relacionados con marketing, publicidad o comunicación.

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS:

- Dominio de herramientas de marketing digital como Google Ads, Meta Ads Manager, TikTok Business, Metricool, SEMrush y Hootsuite.
- Conocimientos avanzados en análisis de métricas de marketing.
- Manejo de herramientas de visibilidad (SEO/SEM) y optimización de estrategias digitales.
- Conocimiento en elaboración y control de presupuestos de marketing.
- Capacidad para diseñar estrategias multicanal alineadas con los objetivos empresariales.
- Dominio de herramientas de diseño gráfico (Adobe Illustrator, Photoshop).

COMPETENCIAS TÉCNICAS:

- Diseño, implementación y monitoreo de campañas publicitarias.
- Interpretación de métricas para toma de decisiones estratégicas.
- Liderazgo para coordinar y motivar a equipos multidisciplinarios.
- Capacidad para negociar con proveedores y socios estratégicos.
- Desarrollo de iniciativas que aumenten la visibilidad y posicionamiento de la marca.

COMPETENCIAS BLANDAS:

- Liderazgo.
- Comunicación efectiva.
- Pensamiento estratégico.
- Resolución de problemas.

VII. VISTOS DE ACUERDO

APROBADO POR: Presidencia Ejecutiva	REVISADO POR: Director de Talento humano	ACEPTADO POR: Jefe de marketing
FECHA:	FECHA:	FECHA: