

Cargo: Content manager.

Área: Marketing - Diseño Gráfico.

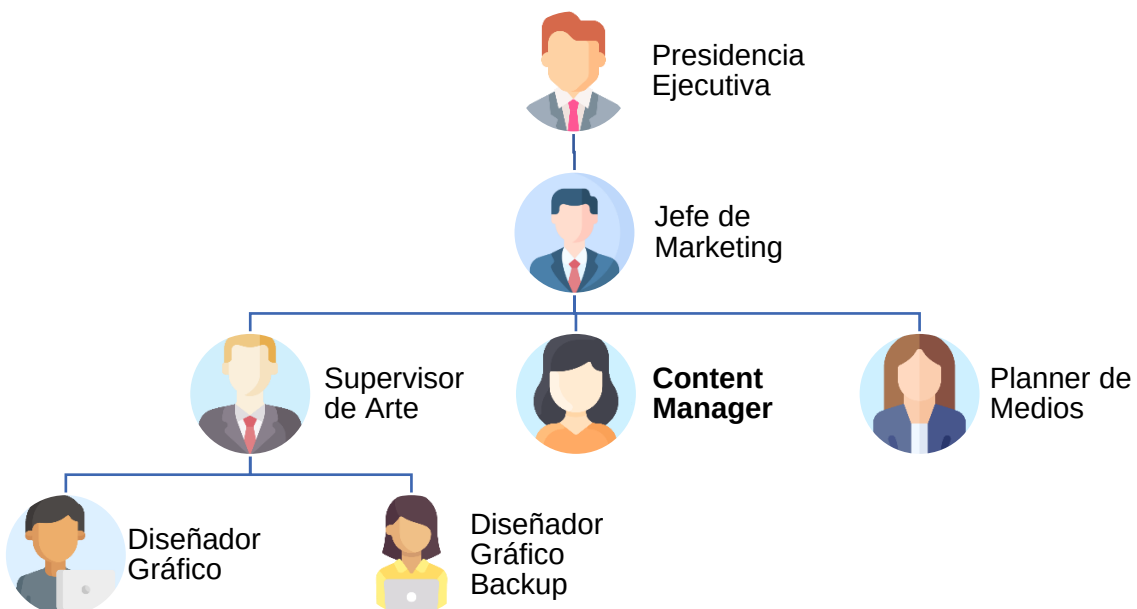
Jefe Inmediato: Jefe de marketing.

I. OBJETIVOS DEL CARGO

- Planificar los contenidos de la marca o empresa mediante la elaboración de cronogramas de promociones, asegurando que las publicaciones sean coherentes y estén alineadas con los objetivos de marketing.

II. RELACIÓN ORGANIZACIONAL

Organigrama:



III. FUNCIONES

1. Actualización de listado de promociones

- Comparar ítem por ítem la información del documento de importación (invoice) con el listado de promociones para identificar productos que no tiene repeticiones.
- Registrar en el listado de invoice los productos que no se encuentran registrado en la campaña.

2. Elaborar listado de promociones con y sin obsequios del mes.

- Elaborar el listado de promociones mensuales, diferenciando entre promociones con y sin obsequio.

- Actualizar los precios y la cantidad de stock de los productos, asegurando que la información sea precisa y esté al día para facilitar la elaboración y publicación del listado de promociones en las plataformas de redes sociales.

3. **Elaboración de cronograma de promociones del día.**

- Elaborar un cronograma de promociones que detalle la información del producto, su precio y la campaña correspondiente para cada día.
- Coordinar con el Gestor de Publicaciones en redes sociales para que agregue la descripción de la publicación en cada ítem en el cronograma.
- Compartir el cronograma al equipo de diseñadores gráficos para que cuenten con la información de los productos en el desarrollo de las artes publicitarias.

4. **Elaborar reporte de pautas (*Resultados de la campaña publicitaria*).**

- Consolidar en el reporte de pautas toda la información relevante de las campañas publicitarias, incluyendo datos detallados y los resultados obtenidos.
- Coordinar con el Planner de medios para recopilar y registrar información sobre métricas clave, como alcance, impresiones, clics y costos.
- Enviar el reporte a la Presidencia Ejecutiva con el fin de presentar y respaldar los resultados alcanzados durante la ejecución de la campaña.

5. **Elaborar reporte de marca.**

- Elaborar el reporte mensual de marca, documentando y evidenciando el rendimiento de las campañas en redes sociales, las actividades realizadas en sucursales, implementación de anuncio digital en página web y los resultados de los mailings.
- Enviar el reporte al Jefe de Marketing para su revisión, con el objetivo de facilitar la identificación de oportunidades de mejora y optimizar las estrategias futuras.

IV. RESULTADOS ESPERADOS

- Distribución de listados de promociones mensuales con información de precios y disponibilidad actualizada y precisa.
- Desarrollo de un cronograma organizado y detallado para las campañas y publicaciones de productos de la marca.
- Generación de reportes de pautas que contengan datos completos sobre el rendimiento de las campañas publicitarias.

- Elaboración de un informe de marca que refleje el rendimiento de las campañas publicitarias, actividades en sucursales y otras implementaciones relevantes.
- Aumento en el reconocimiento y la coherencia de la marca en los diferentes canales de comunicación.

V. ENTREGABLES

- Cronograma de promociones que detalle las promociones diarias, incluyendo información del producto, precios y campañas correspondientes, para garantizar una planificación organizada y coherente.
- Listado de Promociones Mensuales que contiene la información actualizada de precios y disponibilidad de productos para las promociones del mes.
- Reporte de pautas que consolida la información sobre el rendimiento de las campañas publicitarias, incluyendo métricas clave como alcance, impresiones y clics.
- Reporte de marca que recopila y analiza el rendimiento de las campañas publicitarias, actividades en sucursales, implementaciones de banners web y reportes de mailing.

VII. INDICADORES (KPI's) DEL CARGO

- N° de errores en el registro del cronograma de promociones.
- Cumplimiento de la entrega de reportes.

VI. PERFIL DEL CARGO

NIVEL ACADÉMICO:

- **Formación académica:** Ser graduado en la Marketing, Comunicación, Publicidad o campos relacionados.
- **Experiencia laboral:** Mínimo 1 a 2 años de experiencia en roles similares, preferentemente en empresas de marketing o publicidad.

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS:

- Dominio de herramientas de gestión de contenido y plataformas de redes sociales (*Meta Business Suite*).

- Manejo de Google Analytics, Meta Insights y otras herramientas para medir el rendimiento de campañas (*Alcance, impresiones, clics, conversiones, etc.*).
- Familiaridad con software de diseño gráfico (*Adobe Creative Suite*).
- Dominio de herramientas de Microsoft Office para crear, editar y compartir documentos, hojas de cálculo y presentaciones de manera eficiente.

COMPETENCIAS TÉCNICAS:

- Planificación estratégica y organización de promociones.
- Habilidad para analizar y presentar datos de rendimiento de campañas.

COMPETENCIAS BLANDAS:

- Organización.
- Atención al detalle.
- Comunicación Efectiva.
- Trabajo en Equipo.

VII. VISTOS DE ACUERDO

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