

REVİZYON BİLGİSİ

Revizyon Tarihi	Rev. No	Açıklama
05.12.2023	01	Doküman genel olarak gözden geçirildi, SKS 4.1 sürüm kapsamında revize edilmiştir. Döküman yazı karakteri ve yazı tipi boyutu değiştirilmiştir.

HAZIRLAYAN
İNSAN KAYNAKLARI MÜDÜRÜ

KONTROL EDEN
KALİTE HİZMETLERİ MÜDÜRÜ

ONAYLAYAN
GENEL MÜDÜR

1. **GÖREV / ÜNVAN** : Satış Pazarlama Hizmetleri Müdürü
2. **ÇALIŞTIĞI BÖLÜM** : Üst yönetim
- BAĞLI OLDUĞU BİRİM** : Genel Müdür /Genel Koordinatör
- KENDİSİNE BAĞLI BİRİMLER** : Ulusal /Uluslararası Satış pazarlama Sor./Uzmanı, Kurumsal İletişim ve Pazarlama Uzmanı, Digital pazarlama Sor./Uzmanı, Santral Çağrı merkezi Sor./ Uzmanı, Tercüman Hizmetleri Uzmanı
- VEKALET EDEN(LER)** : Genel Müdür'ün belirlediği üst yöneticilerden biri.

3. YETKİNLİK BİLGİLERİ

- ÖĞRENİM:** : Tercihen Lisans düzeyi eğitim
- DENEYİM** : Tercihen Satış pazarlama konusunda en az 5-10 yıl üstü
- ALDIĞI EĞİTİM** : Sağlık Yönetim ve kalite ile ilgili özel sertifika/Eğitim
- KULLANMASI GEREKEN CİHAZ/PROGRAM/EKİPMANLAR:** Kurum Otomasyon Sistemi Programı vb.
- GİZLİLİK GEREKTİREN DURUMLAR** : Hasta ve kurumun bütün bilgilerinin gizliliğinin sağlanması

4.ÇALIŞMA KOŞULLARI

- DENEME SÜRESİ** : 2 ay
- ÇALIŞMA RİSKLERİ** : Hastalardan enfeksiyon bulaşması, kanuni işlemlerin eksik veya yanlış yapılmasından doğacak yaptırımlar, hasta ve yakınlarından gelebilecek her türlü saldırılar, iş kazaları
- ALMASI GEREKEN EĞİTİMLER** : Genel Oryantasyon, Kalite birimi eğitim programı kapsamındaki üst yönetim eğitimi

5. GÖREV TANIMI

5.1.Kurumun, kalite yönetim misyon ve vizyonuna uygun hedef ve stratejileri doğrultusunda; kurumun satış pazarlama stratejilerini oluşturmak, Markayı kimliklendirmek, geliştirmek, hizmet fiyatlandırma stratejisi oluşturmak, bütçeleme, mali analiz ve raporlama (fizibilite analizi / Maliyet / FAVÖK) gerçekleştirebilmek, satış destek materyalleri geliştirmek, müşterilerin sadakatini artırıcı aktiviteler organize edilmesine öncülük etmek, kurumun pazarlama haritasını oluşturmak, Medya planlama ve medya ile ilişkilerini yönetmek, dış pazarlamayı, kampanyaları digital pazarlamayı koordine etmek, halkla ilişkiler organizasyonunu planlamak ve denetlemek, üst yönetime raporlamak

6.GÖREV, YETKİ VE SORUMLULUKLAR

6.1.Kurumun kalite politikası doğrultusunda çalışmak ve Birimi ile ilgili prosedür, talimatlar, formları, planları, listelerinin etkin bir şekilde uygulanmasını organize etmek,

6.2.Satış pazarlama stratejilerini yapmak,

- Rakip analizi yapmak, rakip değerlendirmesi için süreç oluşturmak ve sürdürmek,
- Sektörün bir adım önünde olmak için sürekli olarak en son trendleri araştırmak,
- Araştırma şirketi ile yakın bir şekilde çalışarak pazar verilerini analiz etmek, rekabeti izlemek ve Ticari Pazarlama ve Satış ekipleriyle koordinasyon içinde yürütme stratejisini uygulamak
- Pazarlama stratejilerini zamanında geliştirmelerine yardımcı olmak için araştırma ve izlemeden elde edilen geri bildirimleri ve iç görüşleri düzenli olarak takip ederek gelecekteki fırsatları belirleme
- Reklam harcamalarını, BO performanslarını ve basında yer alan haberleri takip ederek mevcut piyasa koşullarının ve rakip faaliyetlerinin analizini yapmak
- Gerçek bir müşteri merkezli zihniyet yaratmayı amaçlayan derinlemesine analizler ve programlarla pazar müşteri iç görüşlerini anlamak
- Kullanıcı deneyimi ile ilgili çeşitli testler yapılması ve sonuçlara göre yol haritası oluşturmak,
- Pazarların segmentasyonunu yapmak ve ana büyüme pazarlarını hedeflemek için taktikleri uygulamak üzere ticari ekiple birlikte çalışmak,
- Satış verilerinin ve müşteri davranışlarının analizi yapılarak potansiyel fırsatların ortaya çıkarılmasını sağlamak,
- Satış hacmi, pazar payı, kâr tahminleri, fiyatlandırma ve dağıtım gibi ölçümleri inceleyerek ve tüketici araştırması yürüterek tüketici ve pazar iç görüşlerini izlemek,
- Düzenli olarak pazar analiz ve faaliyet raporlarını hazırlamak, üst yönetime sunmak.

6.3. Markayı kimliklendirmek, geliştirmek, liderlik etmek,

- Markamızın marka kimliğini oluşturmak, lansman iletişim stratejisi ve planını belirleyerek online & offline tüm kanallar için tüm görsel tasarım süreçlerine liderlik etmek, ekibiyle birlikte operasyonel süreçleri yürütmek,
- Markaların marka evi stratejilerini oluşturmak,
- Kurumun hedefleri ve marka kimliği doğrultusunda pazarlama stratejisini belirlemek,
- Kurumsal iletişime konu olan tüm markalaşma çalışmalarının basın ve organizasyon operasyonunu kurgulayıp yönetmek,
- Konumlandırma oluşturma, hedef kitleleri belirleme ve farklı kanallar ve segmentlerde belirli hedeflerle pazarlama planları geliştirmek,
- Markaların fiyat ve algı algısını yönetmek,
- Markanın konumlandırma, fiyatlandırma ve iş senaryosu analizlerinden sorumlu olmak

6.4. Hizmet Fiyatlandırma stratejisi oluşturmak;

- Rekabetçi konumlanmayı koruyarak fiyat artış çalışmalarını yapmak,
- Portföy fiyatlandırmasına öncülük etmek, ilgili fiyat mimarisini oluşturmak, ÜFE ve TÜFE'ye dayalı fiyatlandırmayı zamanında ayarlamak,

6.5. Mali analiz, karlılık, işleyişini koordine etmek,

- Karlılık maksimizasyonu kapsamında portföydeki ürünlerin & hizmetin tüketici algısı/performansına dayalı maliyet iyileştirme çalışmaları yapmak.
- Markanın tüm P&L sorumluluğunu üstlenmek ve iş hedeflerine ulaşmak ve bunları aşmak için cross-fonksiyonel ekipleri bir araya getirmek
- Mali işler ile çalışabilmenin yanı sıra bütçeleme, mali analiz ve raporlama (fizibilite analizi / Maliyet / FAVÖK) gerçekleştirebilme

6.6. Satış destek materyalleri geliştirmek

- Her türlü basılı ve dijital materyali hazırlamak ve güncel tutmak,
- Hem ürün lansmanını hem de hizmet talep oluşturma etkinliklerini desteklemek için, ekiplerimize etkili malzeme geliştirmek.
- AR-GE departmanından edinilecek bilgiler, pazar trendleri, ürün araştırmaları ile müşterilere ve satış departmanına, ürünlerin teknik ve teknolojik özellikleri hakkında İngilizce-Türkçe sunumlar hazırlamak, yüz yüze, online dijital ve e-mail olarak iletişim sağlamak,
- Destek malzemelerinin (katalog, broşür, tanzim-teşhir malzemesi v.b) ihtiyaçlarının belirlenmesini, hazırlanmasını ve ilgili noktalara ulaştırılmasını sağlamak,
- Ne sağlanacağını ve büyümeyi kolaylaştırmak için gerekli eylemlerin nasıl iletileceğini anlamak için Satış Ekibi ile düzenli saha ziyaretleri yapmak,
- Yaratıcı ekiple ortaklaşa çalışarak, basılı, dijital ve video dahil olmak üzere tüm reklamcılık ve halka yönelik iletişim hedeflerine ulaşmak için yaratıcı malzemeler geliştirmek,

6.7. Pazarlama haritasını oluşturmak,

- Pazar ve tüketici analizleri yapmak için düzenli saha ziyaretleri gerçekleştirmek,
- Satış Lideri ile işbirliği içinde yeni iş modellerinin ve yeni kanalların geliştirilmesine aktif olarak katkıda bulunmak,
- İlgili kategoriye ait tüm kanal bazlı lansman & yeniden lansman programları ile mağaza içi teşhir – POS malzemelerinin hazırlanması ve uygulanmasını sağlamak,
- Satış departmanı ile işbirliği içinde müşteriye özel aktivasyon programları geliştirmek, 10 kilit iş ortağıyla özel kampanyalar uygulamak,

6.8. Müşterilerin sadakatini artırıcı aktiviteler organize edilmesine öncülük etmek,

- Müşterilerin bağlılığını en üst düzeye çıkarmak için eylem planları planlamak ve uygulamak,
- Müşteri sadakat programını yönetmek – temel iç görümlere dayalı olarak müşteri sadakatini artırmak için odaklanmış ve ilgili eylem planları geliştirmek ve uygulamak,
- Dağıtım kanallarını ve müşterileri rutin olarak ziyaret ederek müşteri memnuniyetini artırmak,

6.9. Dış ajanslarla çalışmak ve ilişkileri yönetmek,

- Hukuk ve medya ekipleriyle riskleri en aza indirmek için acentelik anlaşmalarına liderlik etmek ve sözleşmelerin oluşturulmasında aktif rol almak
- Stratejik ortaklarla iyi ilişkiler kurmak,

6.10. Medya planlama ve medya ile ilişkileri yönetmek

- c) Yaratıcı, dijital ve medya ajanslarını yönetmek,
- d) Kreatif ajansları, medya ajanslarını, PR ajanslarını, sosyal medya ajanslarını ziyaret; ajanslar ile yıllık planlamalar yapmak,
- e) Basın ve medya ile güçlü ilişkiler kurmak,
- f) PR, iç ve dış marka iletişimini yönetmek,
- g) 360 derece iletişim yürütmek (ATL / BTL / Dijital ve Sosyal Medya)
- h) Tüketici iç görülerine ve endüstri uzmanlığına dayalı olarak pazar için medya stratejisine ve uygulamasına liderlik etmek,
- i) İlgili medya planlarını sunmak ve mükemmel şekilde yürütmek için medya ajansı ile etkili bir şekilde işbirliği yapmak
- j) Markanın üzerine dokunan tüm iletişim noktalarında kullanılan ve etkili bir iletişim dili ile akıcı, akıcı bir müşteri deneyimi yaşanmasını sağlamak,
- k) Reklam stratejilerini (hem Çizginin Üstü hem de Çizgi Altı) koordine etme ve pazar payını artırmak için kampanyalar, promosyonlar ve iç ve dış mekan aktiviteleri oluşturmak,

6.11. Kampanya yönetimini koordine etmek,

- a) Sorumlu olduğu kategorilerde satış, büyüme, pazar payı ve karlılık hedeflerini tutturmak için işletme ve kanal etkinliklerini planlamak,
- b) Uçtan uca kampanya yönetiminden sorumlu olmak,
- c) Çok kanallı pazarlama kampanyalarının dağıtımını ve yürütülmesini sağlamak,
- d) Mevcut kampanyaları değerlendirmeye ve gelecekteki kampanyaların etkinliğini geliştirmeye yardımcı olmak için veri ve öngörüler toplamak ve kullanmak,
- e) Potansiyel müşteri ve müşteri yaşam döngüsü boyunca çok kanallı kampanyaları yürütmek, tüm kanallarda iletişim uyumlu olmasını sağlamak,
- f) Tüm pazarlama kampanyalarının (hem çevrimiçi hem de çevrimdışı) satış performansını değerlendirmek ve gerekli önlemleri almak (ROI ve KPI'lar)
- g) Kuruma değerli iç görüler getirmek ve ekiplerin konumunu güçlendirmek için kampanya raporları ve rakip özetlerinin oluşturulmasını sağlamak,

6.12. Dijital pazarlama işleyişini koordine etmek

- a) Grubun Pazarlama hedefleri doğrultusunda dijital pazarlama planını belirlemek, bu doğrultuda stratejileri oluşturmak, hedefleri belirlemek,
- b) Grubun web sayfalarının trafik performansını düzenli olarak takip etmek, trafik artırıcı fikir ve stratejileri ajanslar ile koordine etmek,
- c) Dijital pazarlama kanallarını yönetmek,
- d) Dijital KPI sonucundan sorumlu olmak, yönetmek,
- e) Arama motoru pazarlaması, içerik pazarlaması, dijital hedeflemeler ve dijital satış gibi konuları takip etmek
- f) Sosyal medya platformlarının ve dijital pazarlama kanallarının SEO hedefleri doğrultusunda tüm içeriklerinden (makaleler, blog potları, sahip olunan medya içerikleri vb.) ve görselleştirilmesinden sorumlu olmak,
- g) Google Ads, Facebook, RTB, Yerel Ağlar vb. farklı mecralarda tüm dijital pazarlama stratejilerinin uygulanması ve kampanyaların yönetilmesi. Dijital kayıt ve dijital pazarlama çabalarının etkinliğini artırmak için sonuçları analiz etmek ve raporlamak.
- h) Yüksek kaliteli yaratıcı içerikler sunmak için ürün özelliklerini ve yerel kullanıcı içgörülerini birleştirmek ve içeriklerin iletişim etkisinden sorumlu olmak,
- i) SMS, Push Notification, Email marketing gibi diğer tüm destekleyici dijital pazarlama araçlarını yönetmek,

6.13. (PR) Halkla ilişkiler Faaliyetlerinin Düzenlenmesini sağlamak,

- a) PR stratejilerini uygulamak ve şirketin genel marka iletişimini yönetmek.
- b) Satış sonrası Müşteri şikayetlerini azaltıcı faaliyetlere bulunup, çözüm bulunmasını denetlemek,
- c) Müşteri şikayeti sonrasında ürün iade alım prosedürleri ve geri dönüşümlerle ilgili raporlamaları denetlemek, üst yönetime analizleri sunmak,

6.14. Bütçe ve planlama yapmak,

- a) Markanın pazarlama planını, yıllık bütçesini ve iletişim/medya planını hazırlamak,
- b) Global hedefler doğrultusunda pazarlama bütçesini belirlemek, yönetmek ve kararlaştırılan bütçe dahilinde pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- c) Hedeflerine ulaşmak için uzun vadeli pazarlama stratejisi ve pazarlama planı tasarlamak ve yürütmek,
- d) Reklam, promosyon, dijital ve halkla ilişkiler faaliyetleri dahil olmak üzere pazarlama planının tüm unsurlarını oluşturma ve uygulamak,
- e) İş süreçlerinin belgelenmesi ve raporlanmasını yapmak, pazarlama performansı ölçümlerini değerlendirmek,
- f) Pazarlama yatırımlarının performansını takip etmek, raporlamak ve geliştirmek,.
- g) İlgili olduğunda stratejinin aynı hedefe uyumlanmasını sağlamak için ekip üyeleriyle tekrar eden toplantılar yapmak,
- h) Gözetim altındaki tüm ekibin yedekleme planlamasından, bireysel gelişiminden ve ortak performansından sorumlu olmak,

- i) Güçlü ve yetenekli bir ekip kurarak, geliştirerek ve yöneterek, ekipleri eğiterek ve geliştirerek pazarlama uzmanlığı ve know-how geliştirmelerini sağlamak,
- j) Mevcut başarı ve gelecekteki potansiyel roller için ekibi işe almak, koçluk yapmak ve geliştirmek,

6.15.Uluslararası pazarlama stratejilerini oluşturmak,

- a) Kurumsal stratejik hedefler ve pazar gereksinimleri doğrultusunda uluslar arası pazarlama stratejilerinin belirlenmesini sağlamak,
- b) yurt dışı toplantılarda şirketi en üst düzeyde temsil etmek,
- c) Kararlaştırılan bütçeler dahilinde uluslar arası pazarlama ve promosyon harcamalarını yönetmek,
- d) Pazar araştırması yaparak pazarın özelliklerini belirlemek ve sorumlu olduğunuz ülkelerin dinamiklerini anlamak için bir yol haritasına sahip olmak,
- e) S&OP (satış ve operasyon planlaması) sürecine aktif katılmak, şirket KPI'larını sunmak için iş tartışmalarına ve kararlarına liderlik etmek,
- f) Yıllık reklam bütçesini yöneterek medya planlama ve satın alma ajanslarıyla işbirliği yapmak,
- g) Uluslararası yeni pazarlama trendlerini ve fırsatlarını takip etmek,
- h) Stratejik hedeflere hizmet etmek için yeni yenilikçi projeler tasarlamak/uygulamak,
- i) BTL aktivitelerinin tasarlanması ve etkinliklerin yönetilmesi (fuarlar, bayi toplantıları vb.),
- j) Hizmet kataloglarını güncel tutmak, dağıtımını yönetmek,
- k) Pazarın İletişim, Pazarlama ve Müşteri stratejisinin ve küresel stratejinin uluslararası koordinasyonunu
- l) Tüketicilerin ya da müşterilerin farkında olduğu veya olmadığı ihtiyaçlarını belirlemek,

6.16.Hasta Memnuniyet Anketlerinin analizlerinde diğer yöneticilerle birlikte ilgili komitede aktif yer almak, alınan kararların uygulanmasını koordine etmek,

6.17.Kendisine bağlı tüm kadrolarının görevlerini zamanın da, doğru ve tam bir şekilde yerine getirmeleri konusunda gözlem ve kontroller yapmak, varsa gerekli düzeltmelerin veya eğitimlerin yapılmasını sağlamak; çalışma saatlerini, izin ve tatil programlarını takip etmek, düzenlemek ve onaylamak, performanslarını gözlemlemek, destekleme, terfi ve ödüllendirme mekanizmalarını ve bağlı olduğu üst birimin onayı sonrası uygulanmasını sağlamak,

6.18.Kalite standartları çerçevesinde komitelerin koordinasyonunda ve yürütülmesinde aktif rol almak.

6.36.Yönetim tarafından kanun, tüzük, yönetmelik, genel emirler ve diğer mevzuata uygun olarak verilecek her türlü görevleri zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirmek.

6.37.Kurumu idari, resmi ve gayri resmi makamlara karşı temsil etmek,

7.GEREKLİ NİTELİKLER

- 7.1. Tercihen Satış Pazarlama konusunda Lisans mezunu olmak.
- 7.2. Tercihen Satış Pazarlama Yönetimi konusunda en az 5-10 yıl ve üzeri tecrübe sahibi olmak.
- 7.3. Otonomiye sahip olmak, kritik düşünebilen, hızlı karar verebilen, liderlik becerileri güçlü olmak.
- 7.4. Terapötik iletişim kurabilen, bilgisini uygulamalarına aktarabilme, güçlü müzakere yeteneğine sahip olmak,
- 7.5. Yaratıcı, sorun çözebilen ve doğru karar verebilme gücüne sahip olmak
- 7.6. Acil durumlarda stres yönetimi sağlayan ve etkili karar verebilme yetisine sahip kişiliği olmak.
- 7.7. Organizasyon ve koordinasyon becerisine ve ekip çalışmasına yatkın olmak,
- 7.8. Finansal Kaynakları etkin yönlendirme yeteneğine sahip olmak.
- 7.9. Proje ve İş geliştirme yeti ve bilgi ve eğitimine sahip olmak
- 7.10. Hem İngilizce hem de Türkçe dillerinde mükemmel sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,
- 7.11.Farklı kültürlerden insanlarla etkili bir şekilde çalışabilme becerisine sahip olmak.

8.ACIKLAMA :

8.1.Bu belge, istihdam ve iç iletişim amaçlı olarak belirtilen pozisyonun temel görev yetki ve sorumluluklarını tanımlamak için oluşturulmuştur.

8.2. Çalışanın yapması gereken bütün işleri en ince ayrıntısına kadar belirlemek amacıyla değildir. Tüm çalışanların gerektiğinde işlerini yapmak üzere esnek olmaları ve ek görevler üstlenmeleri beklenmektedir.

8.3.Kurum organizasyon şemasında değişim ve gelişimler olursa, Görev tanımınız revize edilebilecektir.

8.4. İş bu, görev yetki ve sorumluluklarını okuduğumu ve mevcut görev yetki ve sorumluluklarımı kapsadığını kabul ediyorum.

GÖREVİ KABUL EDEN AD SOYAD :

TARİH - İMZA