

Nazwa:	Menedżer marki (brand manager)
Kod:	243104
Synteza:	Odpowiada za budowanie marki i strategii sprzedaży produktów; organizuje i sprawuje nadzór nad kampaniami reklamowymi i akcjami promocyjnymi marki; opracowuje budżety i odpowiada za prawidłową realizację zadań w ramach zaplanowanego budżetu.
Zadania zawodowe:	opracowywanie strategii rozwoju marek i wprowadzanie na rynek nowych produktów w ramach danej marki; planowanie i realizowanie budżetów marketingowych poszczególnych marek; zarządzanie cyklem życia produktów w ramach określonej kategorii produktowej; monitorowanie i analizowanie danych z rynku oraz badanie rynku ze względu na oczekiwania klientów; opracowywanie nowych strategii sprzedaży odpowiadających na potrzeby klientów oraz zgodnych z aktualnymi trendami na rynku; opracowywanie strategii komunikacji z rynkiem; współpracowanie z firmami zewnętrznymi w ramach budowy i rozwoju marki; prowadzenie monitoringu w zakresie działań marketingowych prowadzonych przez konkurencję; kontrolowanie skuteczności oraz poziomu realizacji projektów marketingowych; budowanie oraz umacnianie w świadomości klientów wizerunku danej marki; prowadzenie kampanii reklamowych i akcji promocyjnych danej marki oraz lansowanie nowych produktów w celu zwiększenia efektywności sprzedaży i rozpoznawalności marki już istniejącej na rynku; sporządzanie raportów produktowych i cenowych; budowanie planów sprzedażowych; uczestniczenie w imprezach branżowych, tj. targi, konferencje i sympozja krajowe i międzynarodowe; aktywna współpraca z działem produkcji i B+R oraz z działem sprzedaży.
Dodatkowe zadania zawodowe:	prowadzenie szkoleń zespołów odpowiedzialnych za sprzedaż produktów danej marki; dostarczanie wiedzy eksperckiej w obszarze technicznym oraz technologicznym zarówno wewnątrz organizacji jak i poza nią; nawiązywanie kontaktu i merytoryczna współpraca z klientami firmy.