

\_\_\_\_\_ (назва підприємства)

ЗАТВЕРДЖУЮ

## ПОСАДОВА ІНСТРУКЦІЯ

\_\_\_\_\_ (керівник підприємства, інша посадова особа, уповноважена затверджувати посадову інструкцію)

№ \_\_\_\_\_ (дата)

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (місце складання)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.

### організатора із збуту (код КП 3419)

#### 1. Загальні положення

- 1.1. Ця посадова інструкція визначає функціональні обов'язки, права та відповідальність організатора із збуту відділу маркетингу підприємства.
- 1.2. Посада організатора із збуту належить до професій фахівців у галузі фінансів та торгівлі.
- 1.3. Мета роботи організатора із збуту — забезпечити підприємству максимальний розмір прибутку, залучити нових клієнтів, утримати та розвивати співпрацю з компаньйонами, оптимізувати поточні витрати.
- 1.4. Організатор із збуту приймається на посаду і звільняється з неї наказом директора підприємства за поданням начальника відділу маркетингу.

Організатора із збуту:

- 1.5. Безпосередньо підпорядковується начальнику відділу маркетингу.
- 1.6. У роботі керується законодавством України, Статутом та розпорядчими документами підприємства, положенням про відділ маркетингу, комерційну таємницю, запобігання корупції, а також іншими локальними нормативними актами підприємства з організації фінансово-господарської діяльності, наказами і розпорядженнями директора підприємства та посадовою інструкцією.
- 1.7. Додержує корпоративного дрес-коду, має охайний зовнішній вигляд.
- 1.8. За відсутності організатора із збуту (хвороба, відпустка, відрядження тощо) його обов'язки виконує інший працівник відділу в порядку, передбаченому законодавством.

#### 2. Завдання та обов'язки

- 2.1. Бере участь або самостійно проводить маркетингові дослідження ринку збуту продукції (товарів, послуг), аналізує рейтингові звіти та анкети споживачів, вивчає діяльність конкурентів, попит та пропозицію певних видів продукції.
- 2.2. Готує пропозиції щодо стратегії й тактики збуту продукції, впровадження нових конкурентоспроможних послуг, додаткового асортименту продукції.
- 2.3. На чолі з менеджером із збуту чи маркетингологом або самостійно організовує роботу господарських та фінансових підрозділів підприємства зі збуту продукції, укладання договорів (контрактів), підтримання організації маркетингових проєктів.
- 2.4. Бере участь або самостійно розробляє пропозиції щодо організації рекламних презентацій, виставок-продажів, ярмарків, впровадженню нових каналів збуту чи пошуку замовників, сервісного обслуговування зі збуту продукції.
- 2.5. Налагоджує зв'язки з діловими партнерами.
- 2.6. Аналізує збут продукції, контролює рівень запасів продукції за обсягом і асортиментом, термінами придатності.
- 2.7. Бере участь у здаванні-прийманні продукції відповідно до умов договору, перевірки якості, кількості, комплектності та супроводжувальних документів.
- 2.8. Аналізує претензії споживачів, перевіряє їх обґрунтованість, готує відгуки на претензії із зустрічними вимогами тощо.

