

Advertising promotion manager

L'advertising promotion manager è una qualifica che in Italia non esiste (almeno al momento di pubblicazione di questa pagina).

Pianifica, dirige o coordina le politiche ed i programmi di pubblicità e la produzione di strumenti promozionali. Dirige e coordina la produzione di materiale collaterale come poster, concorsi, coupon, ed omaggi per aumentare l'interesse verso l'acquisto di un prodotto o servizio per un reparto, per un'intera organizzazione del cliente.

In Generale

Cosa fa un Promotion & Advertising Manager?

- Conferisce con i capi dipartimento o personale per discutere di argomenti come i contratti, la selezione dei mezzi pubblicitari, o il prodotto da pubblicizzare.
- Leggere riviste specializzate e letteratura professionale per rimanere informati sulle tendenze, le innovazioni e le modifiche hanno fatto influenzare pianificazione media.
- Ispezionare layout e testi pubblicitari e modificare gli script, nastri audio e video, e altro materiale promozionale per l'aderenza alle specifiche.
- Pianificare e preparare materiale pubblicitario e promozionale per aumentare le vendite di prodotti o servizi, lavorando con i clienti, funzionari dell'azienda, reparti di vendita, e agenzie pubblicitarie.
- Raccogliere e organizzare le informazioni per pianificare campagne pubblicitarie.
- Conferire con i clienti per fornirgli consulenza di

marketing o tecnica.

- Consultare le pubblicazioni per conoscere le convenzioni e le funzioni sociali e per organizzare i files degli strumenti per scopi promozionali.
- Preparare i bilanci e presentare una stima per i costi del programma, come parte del piano di sviluppo della campagna.
- Fornire presentazione e dimostrazione del prodotto e supporto durante l'introduzione di nuovi prodotti e servizi per il personale sul campo e dai clienti.
- Preparare e negoziare contratti pubblicitari e di vendita.
- Identificare e sviluppare contatti per campagne promozionali e programmi di settore al fine di soddisfare gli obiettivi degli acquirenti identificati, quali rivenditori, distributori, o consumatori.
- Pianificare ed eseguire le politiche pubblicitarie e strategie per le organizzazioni.
- Rappresentare l'azienda a riunioni di associazioni commerciali per promuovere i prodotti.
- Dirigere, motivare e monitorare la mobilitazione di una squadra di produzione per promuovere gli obiettivi della campagna.
- Assistere nello sviluppo bilancio annuale.
- Dirigere e coordinare la ricerca e lo sviluppo del prodotto.
- Formulare piani per estendere le attività con i conti consolidati ed effettuare transazioni di affari come agente per gli account pubblicitari.
- Coordinare le attività dei reparti come le vendite, le arti grafiche, dei media, della finanza e della ricerca.
- Formare e dirigere i lavoratori impegnati nello sviluppo e nella produzione di annunci pubblicitari e strumenti multimediali.
- Coordinare con i media per diffondere la pubblicità.
- Programmare i budget e tenere traccia delle spese e dei risultati di risposta delle campagne per valutarle sulla

base di obiettivi del programma e politiche di settore.

- Assemblare e comunicare con, diverse coalizioni di organizzazioni o di figure pubbliche, assicurare la loro cooperazione, il sostegno e l'azione, ad ulteriori obiettivi della campagna.
- Monitorare e analizzare i risultati di promozione delle vendite con lo scopo di determinarne l'efficacia.
- Contattare le organizzazioni per spiegare servizi e strutture offerte.
- Gestire team di vendita compresa la definizione degli obiettivi, fornendo incentivi e la valutazione delle prestazioni dei dipendenti.

[Continua...](#)