

**ОСНОВНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ НА ПОСТУ**

**Основные обязанности**

1. Вести сайт компании, заботясь о том, чтобы на сайте компании была только актуальная и проверенная информация
2. Вести ИП История компании
3. Публиковать посты на личных страницах компании (Instagram Facebook LinkedIn)
4. Публиковать посты в канале компани в телеграмм
5. Добавлять всех сотрудников на официальные каналы и страницы компании
6. Добавлять подписчиков на официальные каналы и страницы компании
7. Мотивировать всех подписчиков вести активные действия на страницах и каналах компании
8. Мотивировать всех подписчиков делать репосты сообщений со страниц и каналов компании
9. Мотивировать сотрудников и стажеров компании размещать отзывы о работе в компании на официальных страницах отзывов о работодателях
10. Информировать сотрудников о том, что положительного происходит в деятельности
11. Находить негативные отзывы в интернете о нас как о работодателе и убирать их
12. Проверять актуальность информации, размещенной о компании в интернете и на сайте компании, корректировать ее при необходимости
13. Проверять актуальность информации на сайтах по трудоустройству размещена ли актуальная информация о компании с перечнем всех преимуществ работы и видеороликах о Компании.
14. Публиковать от себя открытые вакансии компании на всех каналах (не дублируя текст объявления, который пишет первое отделение, а делая его уникальным).
15. Всем стажерам выдавать велком набор
16. Проводить ексит интервью
17. Передавать жалобы сотрудников, клиентов, партнеров в отдел качества
18. Участвовать в РС всех ПК
19. Снимать интервью компании
20. Информировать подписчиков о том, на сколько замечательные сотрудники работают в компании
21. Регулярно Проводить игры для работников производства
22. Регулярно проводить игры для сотрудников офиса
23. Работать над вовлеченностью всех сотрудников
24. Знать обо всех профессиональных праздниках и поздравлять с ними как сотрудников компании так и клиентов и партнеров
25. Знать все значимые даты всех сотрудников клиентов и партнеров, поздравлять их с их значимыми датами
26. Вести ЦРМ по сотрудникам и их семьям, а также по сотрудникам партнеров куда вносить всю значимую информацию\*
27. Вести ЦРМ по законодателям мнений и людям, наделенным властью и полномочиями и туда вносить всю значимую информацию о них.(вести досье по каждому)
28. Регулярно дополнять информацию о сотрудниках в СРМ (пришли в компанию, уволились и тд) для актуализации данных
29. Напоминать сотрудникам компании о том, что у клиентов есть какие-то значимые события Чтобы сотрудники могли поздравить клиентов
30. Дарить подарки сотрудникам их членом семьи на их значимые даты и профессиональные праздники
31. Дарить подарки клиентам и их членам семьи на их значимые праздники и профессиональные праздники
32. Регулярно Проводить внутри компании мероприятия направленные на поддержание и укрепления здоровья всех сотрудников
33. Регулярно организовывать мероприятия для детей сотрудников компании
34. Регулярно организовывать мероприятие для детей сотрудников клиентов
35. Информировать всех клиентов и партнеров компаний о том что хорошего произошло в компании за неделю.
36. Получать награды которыми награждают компанию за выдающиеся заслуги
37. Делать так чтобы средства массовой информации бесплатно публиковали какие-то статьи с упоминанием компании
38. Общаться с инвесторами компании которые получают дивиденды от компании для того чтобы они делали какие-то публичные посты и благодарили компанию за получение дополнительного дохода
39. Общаться со всеми сотрудниками контролирующих органов и с людьми наделенными властью и рассказывать Им о том что мы знаем какие у них были действия К чему они привели и благодарить их за эти достижения на их рабочем месте
40. Проводить ежемесячно мероприятие «Шкатулка желаний»
41. Регулярно проводить игры по финансам для сотрудников и детей сотрудников
42. Проводить мероприятия, посвященные Дню Рождения компании в апреле
43. проводить игру Тайный Санта в перед Новым годом
44. проводить марафоны по улучшению физической формы и здоровья сотрудников
45. Получать положительные отзывы от клиентов о сотрудничестве с компанией, которые пригодны для широкой публикации с целью формирования имиджа.
46. Организовывать съемку отзывов о компании которая пригодных для дальнейшего использования и для публикаций.
47. Организовывать корпоративные мероприятия таким образом, чтобы они усиливали хороший имидж компании и высших руководителей в глазах сотрудников и клиентов, партнеров, и вызывали интерес общественности.
48. Налаживать сотрудничество со СМИ.
49. Организовывать написание статей об области деятельности, компании, о фишечках, о тонкостях работы и о лайфхаках и может и о том как компания вляпалась а потом справилась с какими то трудностями и распространять эти статьи в различные СМИ с целью формирования имиджа эксперта в глазах представителей СМИ.
50. Вести учет учет всех клиентов, которые попали в компанию по рекомендации кого то и организовывать выплату комиссионного вознаграждения или каким-то другим способом поощрять тех, кто направляет к нам клиентов за направление.
51. Налаживать отношения с клиентами и представителями компании с целью сделать так, чтобы они (существующие клиенты) направляли в нашу компанию новых клиентов или рекомендовали потенциальным клиентам нашу компанию и обеспечивать их всеми необходимыми материалами для направления клиентов,
52. Информировать тех, кто направил клиентов к нам о результатах сотрудничества.
53. Налаживать отношение с ассоциациями, где есть потенциальные клиенты и партнеры компании и размещать там материалы о компании.
54. Мотивировать сотрудников писать отзывы об обучении как внутри так и вне компании
55. Создавать календарь мероприятий на год для информирования сотрудниках о событиях в компании
56. Публиковать информацию о Владельце в соц сетях, Сми для поддержания личного бренда Владельца, чтоб он был известен в широких кругах, ему доверяли как специалисту в области управления компании и внедрения инструментов управления.
57. Писать статьи, которые поддерживают нашу экспертность. Писать статьи необходимо регулярно в том числе в европейских сми и международных журналах.

ГЛОССАРИЙ

**Клиент** -тот, кто находится под покровительством Патрона, тот кто находится в контакте с компанией.

**Каналы компании**- инструменты, позволяющие доставлять информацию подписчикам (Телеграм канал Компании)

Власть   
Усиливаем власть нашим сотрудникам, когда информируем подписчиков о том, на сколько замечательные сотрудники работают в компании

**СМИ** (Средства массовой информации) — средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной), охватывающее большую аудиторию.

**Шкатулка желаний**- совместное мероприятие с командой для повышения боевого духа и командообразования,которое мы проводим каждый последний четверг месяца. У нас есть Шкатулка Желаний, в которую каждый сотрудник может бросить свое предложение по проведению совместного отдыха( пример: картинг, боулинг, лошади, тюбы, квест комнаты, аквапарк, анти-кафе, лазертаг, каяки, сапы и т.д).

**Законодатель мнения-** это человек, обладающий значительным влиянием на определенные нишевые процессы. Законодатели мнений – это обычные люди, которые часто играют ключевые роли в средствах массовой информации, группах потребителей, отраслевых организациях и сообществе.

Лицо, обладающее властью

**\*Система управления взаимоотношениями с клиентами** (CRM, CRM-система, сокращение от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *Customer Relationship Management*) — [прикладное программное обеспечение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5) для организаций, предназначенное для [автоматизации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) стратегий взаимодействия с [заказчиками](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%87%D0%B8%D0%BA) ([клиентами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%87%D0%B8%D0%BA)), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации [маркетинга](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3) и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения [бизнес-процессов](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) и последующего анализа результатов.

**PR -** придание широкой известности хорошим делам вопреки мнению, что скромность украшает и хорошие дела говорят сами за себя **Польза -** улучшить выполнение продукта (для кого-либо).

**Проведение мероприятий:**

1.Перед проведением любого мероприятия необходимо прописать цель и пользу. Польза должна быть конкретная от мероприятия.  
Нужно прописать:  
*-Какую пользу получит клиент?*

*-За счет чего он получит пользу? Какие инструменты мы дадим клиенту?*

2. Утвердить мероприятие у руководителя. РО6 утверждает у руководителя цель и пользу мероприятия.

3. После утверждения мероприятия у руководителя РО 6 проводит мероприятие. Без утверждения руководителя мероприятие РО6 не проводит!