

CHEF DE PRODUIT (H/F)

Autre(s) appellation(s) : Product manager (H/F)

Il/elle élabore une offre produits adaptée à la cible de clients et réalise le suivi, de la conception à la commercialisation, en cohérence avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise. Selon la structure dans laquelle il travaille, il peut également encadrer une équipe.

➤ Accès à l'emploi

Les formations/certifications courantes pour accéder à l'emploi (cette liste n'étant pas exhaustive) sont :

- DipViGrL - Diplôme d'études supérieures en commerce et en entrepreneuriat
- DipViGrL - Diplôme en management international
- DGE_GM - Marketing & Stratégie
- MASTER - Programme Grande Ecole
- MASTER - Management et commerce international (fiche nationale)
- Titre à finalité professionnelle - Chef de produit
- Titre à finalité professionnelle - Manager produits et Marketing

Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé
Pratique de l'anglais requise

➤ Relations fonctionnelles

Relations internes :

- En lien avec les métiers de la filière « Construction de l'offre » et « Marketing et expérience client »
- En lien avec le service Achats

Relations externes :

- Fournisseurs
- Fabricants

➤ Mobilité professionnelle

Le chef de produit (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Chef de marque (H/F)
- Consultant en marketing (H/F)

Avec l'expérience et une formation complémentaire notamment en management, le chef de produit (H/F) peut progressivement évoluer vers les emplois suivants :

- Directeur offre produits (H/F)
- Responsable offre produits (H/F)
- Responsable marketing (H/F)
- Responsable de collection (H/F)
- Directeur des achats (H/F)
- Responsable achats (H/F)



➤ Activités & compétences techniques



En fonction du contexte de l'entreprise et du poste concerné, la personne peut exercer tout ou partie des activités suivantes :

Concevoir le plan marketing et le plan média

- Définir les actions opérationnelles marketing (les 4 P) pour atteindre les objectifs
- Définir ou collaborer un plan de médiatisation
- Déterminer le budget et les moyens nécessaires pour la réalisation du plan marketing et du plan média
- Déterminer les indicateurs de suivi et d'analyse de la performance commerciale et du plan d'action marketing
- Mettre en œuvre auprès des équipes les plans d'actions validés
- Participer et/ou concevoir la stratégie e-marketing de l'offre produits de l'entreprise

Analyser et développer la performance de l'offre produits

- Analyser les résultats des ventes et des marges
- Proposer des ajustements et des actions à mettre en œuvre suite aux résultats des ventes pour atteindre les objectifs commerciaux fixés
- Suivre les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance commerciale, les prévisions de ventes

Analyser le marché et définir l'offre produits

- Appréhender la politique commerciale et marketing de l'entreprise
- Commander et analyser des études de marché : les tendances, la concurrence, les prix, les habitudes d'achat des clients, leurs besoins...
- Consulter les fournisseurs et/ou sous-traitants et sélectionner les meilleures offres-produits
- Définir les spécificités et caractéristiques des produits
- Effectuer une veille permanente dans son domaine d'activité
- Évaluer le positionnement concurrentiel de l'entreprise sur le segment des produits concernés

Piloter la conception, le lancement et la commercialisation de l'offre produits

- Définir, piloter et assurer le suivi des actions correctives
- Identifier les écarts significatifs, en diagnostiquer les causes
- Organiser des tests de produit auprès d'un panel de consommateurs
- Proposer en collaboration avec les différents services des améliorations produit
- Participer à ou superviser la création des emballages produits
- Rédiger des rapports d'activité périodiques et effectuer des reportings réguliers à la direction de l'entreprise
- Suivre le budget alloué aux plans d'actions
- Suivre, le cas échéant, les différentes étapes d'avancement de la conception et de la fabrication des produits jusqu'à leur validation
- Superviser et suivre l'avancement des différentes phases des plans d'actions et l'atteinte des objectifs

Animer et gérer les équipes (A faire valider/confirmer auprès des professionnels terrain)

- Organiser, coordonner et suivre l'activité des équipes
- Définir et appliquer une politique managériale adaptée
- Fédérer les équipes autour des valeurs et projets d'entreprise
- Animer et motiver les équipes, encourager les initiatives
- Anticiper et gérer les conflits
- Assurer le recrutement et le développement des compétences des collaborateurs



➤ Compétences comportementales

- + Aisance relationnelle
- + Capacité d'analyse
- + Rigueur, organisation, gestion des priorités
- + Approche orientée client

