



—
Branche
Industries pétrolières

—
Famille
Commercial

—
Sous-famille
Marketing

DESCRIPTION

Définir et diriger les analyses et études des marchés. Proposer et mettre en œuvre des stratégies relatives aux différents types de produits et de services (nouveaux, existants, à repositionner), en prenant en compte les évolutions liées à la transition environnementale

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- Déclinaison de la stratégie commerciale en plans marketing tenant compte des adaptations locales
- Définition de la politique de communication en ligne et gestion de l'e-réputation de l'entreprise
- Supervision et coordination de la réalisation du plan marketing
- Analyse du portefeuille produits et des différents marchés
- Contribution à la définition et à la mise en œuvre du positionnement de l'entreprise sur son marché et sur les nouveaux marchés multi énergies et recyclage
- Etudes de la faisabilité des innovations produit en relation avec ECR et fabrication
- Pilotage des études de marchés/produits
- Etude des différentes lignes de produits
- Comparaison des résultats et de la rentabilité des produits en regard des objectifs
- Suivi et contrôle des travaux et des réalisations de marketing
- Encadrement, coordination, suivi et développement d'une ou plusieurs équipes
- Veille et analyse des marchés, des tendances et de l'environnement concurrentiel

—
Formation / Expérience
professionnelle nécessaire
Ecoles de commerce ou
formation supérieure
commerciale & technique

—
Condition(s) particulière(s)
d'exercice
Maîtriser la langue anglaise
est indispensable

SAVOIR-FAIRE

- Identifier les caractéristiques des marchés et le positionnement des produits par rapport à la concurrence, en prenant en compte les nouveaux marchés multi énergies et recyclage
- Piloter la construction des plans de marketing opérationnel, les communiquer aux réseaux
- Argumenter sur le plan marketing et l'allocation des moyens et ressources
- Etudier et caractériser le positionnement des différents composants (produits, prix, distribution, communication)
- Interpréter les études marketing qualitatives et quantitatives, analyser le potentiel du portefeuille produits
- Élaborer / optimiser les budgets relatifs à son domaine d'activité
- Analyser des résultats commerciaux, leurs évolutions et leurs perspectives
- Développer la visibilité et la présence du produit ou de la marque sur les médias sociaux
- Piloter le trafic et le taux de transformation d'un site web avec les outils adaptés
- Développer et améliorer les solutions e-commerce en cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise
- Utiliser les méthodes et outils du métier (analyse stratégique, marketing, positionnement ...)
- Echanger avec des partenaires multiples en utilisant des plateformes collaboratives pour identifier des innovations potentielles
- Communiquer avec différents interlocuteurs, dans le cadre d'un travail en équipe pluridisciplinaire en mode projet, en prenant en compte leurs demandes et les informations qu'ils apportent

LES MÉTIERS ACCESSIBLES

- Responsable des ventes