- Industries pétrolières

Chef(fe) de produits



Description

A partir d'une stratégie commerciale déterminée, définir et mettre en place des programmes de marketing opérationnel et/ou de promotion pour les produits, services et marques dont il a la charge.

FAMILLE DE MÉTIER

Commercial

CODE ROME

M1703 - Management et gestion de produit E1402 - Élaboration de plan média M1702 - Analyse de tendance M1705 Marketing

- M1703 - Management et gestion de produit
- E1402 - Élaboration de plan média
- M1702 - Analyse de tendance
- M1705 Marketing

Environnement, Tendances & Expériences

Environnement et conditions de travail

Analyse du marché et de ses tendances, de la concurrence, des circuits et des conditions d'approvisionnement Planification et coordination des actions promotionnelles, publicitaires et commerciales Mise à jour et suivi de la documentation produits pour le réseau commercial et de la codification produits / clients Proposition, gestion et contrôle des budgets produits Suivi des ventes, des produits du tableau de bord commercial, du cycle de vie des produits Mise en place des outils promotionnels et suivi de leurs stocks Sélection, validation et contrôle des fournisseurs ou sous-traitants intervenant dans les programmes d'actions commerciales Contrôle et reporting des résultats de ventes d'un ou de plusieurs produits Elaboration de modifications et d'améliorations à apporter aux produits Veille concurrentielle du marché et analyse des tendances

Expériences

Niveau Ecoles de Commerce ou formation commerciale supérieure (BAC+5) / Expérience commerciale dans les métiers de la vente, dans un secteur professionnel

Savoir faire

Marketing Opérationnel

PLANIFICATION ET COORDINATION

- Analyser les tendances du marché
- Planifier les actions promotionnelles
- Mettre à jour la documentation produits

GESTION DES CAMPAGNES

- Coordonner les actions publicitaires
- Suivre les performances des campagnes
- Élaborer des stratégies de promotion

Autres appellations

- Chargé(e) d'études marketing
- Responsable marketing