

- 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.

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

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

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