

CHEF DE PRODUIT

« Mon premier lancement de produit
est l'un de mes meilleurs souvenirs. »



« Le métier de chef de produit, rouage de l'adaptation du produit au marché, requiert des qualités d'organisation, de réactivité et de créativité. Ce qui m'intéresse, c'est la variété des produits, leur technicité et leur évolution constante. Quand après des mois d'échanges riches et variés, vous voyez le produit disponible pour le client, c'est toujours une fierté personnelle. Je me vois évoluer à terme vers un poste de Directeur Marketing. »

Alicia / 25 ans

Master II Marketing et Stratégie à l'IAE de Poitiers

CHEF DE PRODUIT

MISSION GÉNÉRALE

Gère les gammes de produits, de la création à la mise sur étagère. Met en œuvre les actions nécessaires au développement de la part de marché, du chiffre d'affaires, de la marge, de la rentabilité des gammes de produits dont il a la charge.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- **Prépare** le plan de marketing annuel et participe à la définition de la politique de communication pour les produits dont il a la charge.
- **Lance** les nouveaux produits, valide la disponibilité des références pour assurer une couverture du parc automobile. Veille à leur conformité par rapport à la législation. Gère la gamme de produits et assure l'interface logistique, marketing central, force de vente, qualité... Met à jour le système de gestion (ERP*). Estime et communique la demande prévisionnelle produits auprès de l'équipe d'approvisionnement.
- **Analyse** la concurrence de la rechange indépendante et constructeurs : prix, produits et offres de service. Analyse les tendances du marché et l'évolution du parc automobile afin de participer à la mise en place de la stratégie adéquate et à la définition de la politique tarifaire.
- **Met à jour** les catalogues, crée des outils marketing spécifiques (newsletter, promotion produit, présentations...).
- **Elabore et suit** la mise en œuvre des opérations commerciales et promotionnelles ainsi que des budgets.
- **Vient en support client** auprès de la force de vente et lui fournit des argumentaires. Prend en compte les informations remontant de la force de vente et du client.

PROFIL

FORMATION INITIALE

Formation supérieure type école de commerce Bac +4/5 avec spécialisation marketing et intérêt pour la technique.
Première expérience automobile (stage, apprentissage) ou en milieu industriel.

Fonction accessible par promotion interne.

COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques

- Connaissance professionnelle d'un système d'information et des outils informatiques Pack Office
- Goût des chiffres : maîtrise des tableurs

Aptitudes

- Rigueur d'organisation
- Esprit de synthèse et capacité d'analyse
- Esprit d'équipe / bon relationnel
- Communication
- Esprit créatif

Anglais courant obligatoire et langues étrangères selon les besoins

AUTRE INTITULÉ DE LA FONCTION

Chef de produit marketing

* voir glossaire