

TRADE MARKETER

« Durant ma première année dans l'entreprise, j'ai contribué au lancement de deux nouvelles gammes de produits promotionnels ainsi qu'à la mise en place d'un système de vente complémentaire « cross selling » chez un distributeur partenaire. »



« C'est un métier tactique et dynamique, il y a rarement de temps mort entre les projets. J'ai pris conscience qu'être proactive et curieuse, faire preuve d'objectivité et d'engagement peuvent faire toute la différence. L'attrait pour les chiffres, les tableurs et les statistiques est recommandé. Aujourd'hui, beaucoup de chemins s'ouvrent à moi, le commerce, le marketing chez un équipementier ou un distributeur. »

Vanessa / 26 ans

Master II Administration des Entreprises
à l'Institut de Gestion de la Rochelle

TRADE MARKETER

MISSION GÉNÉRALE

En étroite collaboration avec la Direction Marketing et Commerciale, conçoit les programmes d'animation et de communication en fonction de la stratégie, des attentes du client et du budget marketing alloué.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- **Définit** les gammes de produits et de services à dynamiser chez le client, en support de la force de vente et propose le concept et les supports promotionnels adéquats dans le respect du budget. Communique les prévisions de ventes au service logistique pour garantir la disponibilité produit.
- **Sollicite et analyse** les remontées d'expériences terrain pour mesurer l'efficacité de l'action promotionnelle et propose des actions rectificatives, en collaboration avec les chefs de produits concernés.
- **Conçoit** les packagings* et les supports de communication (catalogues, tarifs, PLV*, information sur le lieu de vente, présentoirs, salons, presse) avec les agences de communication, en supervise l'élaboration et en assure la gestion. Réalise et diffuse la newsletter. Actualise les bases de données.
- **Développe** une veille concurrentielle permanente (prix, produits) et l'analyse en collaboration avec le responsable marketing.
- **Rédige et adapte** les argumentaires commerciaux en fonction des marchés, des clients ou des actions promotionnelles spécifiques.

PROFIL

FORMATION INITIALE

Formation supérieure de type école de commerce/gestion ou équivalent universitaire avec une spécialisation marketing après expérience.

Fonction accessible par l'apprentissage, le V.I.E. ou la promotion interne.*

COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques

- Connaissance des produits
- Maîtrise professionnelle ERP* et des outils informatiques Pack Office
- Connaissance conception graphique et animation de site Internet
- Bonne maîtrise rédactionnelle

Aptitudes

- Esprit créatif
- Capacité de coordination
- Capacité d'analyse et de gestion
- Capacité de résistance à la pression
- Force de conviction

Anglais courant obligatoire
et langues étrangères selon les besoins

AUTRES INTITULÉS DE LA FONCTION

Trade marketing* Manager, Responsable communication réseaux, Spécialiste trade marketing*