

CHEF DE PRODUIT MARKETING F/H

0603

Appellations les plus courantes

- *Chargé d'études prospectives, responsable d'études marketing, chargé de marketing opérationnel, chargé d'étude veille et concurrentielle, responsable du développement, chef de marché, responsable d'univers*

Missions

- *Pour un marché donné, étudie l'opportunité du lancement, de nouveaux produits d'assistance, de l'adaptation des produits existants aux besoins du marché ainsi qu'à l'offre de la concurrence*
- *Conçoit des produits, les outils d'aide à la vente et les plans d'actions associés au lancement du produit et les communique aux équipes commerciales*
- *Assure le suivi qualitatif, quantitatif et financier des produits gérés*

Son environnement

Famille de métier

- 06 – Commercial et marketing

Relations internes

Opérations d'assistance	<input type="checkbox"/>	Commercial et marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
Activités médicales	<input checked="" type="checkbox"/>	Système d'information	<input checked="" type="checkbox"/>
Support et organisation assistance	<input checked="" type="checkbox"/>	Ressources humaines	<input type="checkbox"/>
Gestion d'assistance	<input type="checkbox"/>	Autres métiers support et transverses	<input checked="" type="checkbox"/>
Réseau de partenaires	<input checked="" type="checkbox"/>		

Environnement de travail

- Le métier s'exerce dans un bureau et peut comporter des déplacements qui peuvent être fréquents et parfois longs, en France ou à l'étranger
- Les horaires sont en général réguliers hors déplacements, mais l'activité peut nécessiter une adaptation aux horaires des clients

Les activités

Élaboration d'études de faisabilité

- Recueille des informations client sur le terrain et anticipe en permanence toutes informations se rapportant directement ou indirectement aux produits/marchés de l'Assistance dont il a la charge (p.ex. un seul produit, une gamme complète à gérer ou des produits correspondant à un marché donné)
- Assure une veille technologique, sociologique et concurrentielle :
 - Étudie, observe, analyse le marché, son évolution et l'activité de la concurrence ;
- Rédige les cahiers des charges pour la réalisation d'études de sa gamme de produits
- Fait réaliser des études de marché quantitatives et qualitatives afin d'identifier les nouveaux besoins des clients, de valider, de tester ou de faire évoluer l'offre produit

Élaboration d'études pour l'offre commerciale globale

- Recueille la demande et identifie les besoins
- Coordonne la collecte, le traitement et l'analyse des données internes et externes
- Analyse et synthétise les données
- Élabore, formalise et restitue des études

- Participe aux réponses aux appels d'offres

Conception de nouveaux produits

- Recherche des nouveaux concepts de produits/services et développe des partenariats
- Conçoit des nouveaux produits/services et/ou adapte les produits/services existants aux attentes des clients, et coordonne la gestion transverse d'une prestation :
 - Élabore les fiches produits : caractéristiques (garanties, services), cibles, tarification...
 - Élabore les prévisions de chiffres d'affaires, de marges ...
 - Élabore la condition de mise en œuvre
 - Élabore le contrat juridique, le cahier des charges informatique et les procédures de gestion
 - Planifie, supervise et suit les travaux
- Participe à la définition de la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise
- Structure la gamme de produits du marché dont il a la responsabilité (gammes standards, prestations nouvelles...)

Élaboration du plan marketing associées à chaque produit de la gamme dont il a la charge

- Élabore le marketing mix : politique de prix, de distribution, de communication
- Participe à l'élaboration et/ou à la mise en œuvre du plan de communication commerciale : campagnes publicitaires, mailings commerciaux, actions promotionnelles...
- Participe à des salons professionnels
- Réalise, souvent en concertation avec les équipes commerciales, les outils d'aide à la vente (argumentaire commercial, fiche technique, plaquettes ...) et organise leur diffusion
- Participe occasionnellement aux présentations commerciales en support aux commerciaux

Pilotage et maîtrise d'ouvrage du lancement des nouveaux produits ou offres

- Forme les équipes commerciales sur les nouveaux produits, les outils d'aide à la vente, les objectifs commerciaux des produits ...
- Participe à la mise en place des nouveaux produits : joue un rôle de chef de projet ou d'interface avec les services internes concernés (exploitation, informatique, ressources humaines, juridique...) et les clients.
- Pilote des projets de mise en place de nouveaux produits : participation aux rendez-vous clients, partenaires, fournisseurs ; négociations des contrats ; conception des procédures ; supervision de la mise en œuvre des prestations ...

Suivi des résultats des actions commerciales et produits

- Conçoit et met en place des outils de suivi des résultats
- Analyse et suit les résultats quantitativement et qualitativement (chiffres d'affaires, enquêtes de satisfaction, retours des équipes commerciales...) ; propose des actions correctrices en termes d'évolution du produit ou de mise en place d'actions commerciales

Animation et encadrement avec lien hiérarchique d'une équipe d'une équipe d'assistants-chef de produit et/ou de chargée(e)s d'études marketing

- Répartit, organise et contrôle l'activité
- Élabore les plannings de ses équipes
- Anime, suit et accompagne individuellement et collectivement les collaborateurs
- Donne du sens aux collaborateurs en s'assurant que chacun s'approprie son rôle dans l'organisation
- Décline et partage les objectifs individuels et collectifs avec son entité et communique les indicateurs liés à la performance
- Conduit des entretiens de management : régulation, encouragement, mise au point, appréciation des performances
- Prépare et conduit les entretiens professionnels
- Identifie les besoins de formation et recueille les souhaits d'évolution de ses collaborateurs

- Accompagne le développement des compétences
- Réalise le tutorat, le monitorat, la formation des équipes commerciales sur les gammes de produit relevant de sa responsabilité

Les compétences clés

Les 5 compétences clés du métier « 603 Chef de produit Marketing »		
Famille de compétence	Numéro	Compétence
Langues et rédaction	SF404	Rédiger et concevoir des documents de communication
Offre, commercial et marketing	SF601	Organiser et établir l'offre produits/marchés et ses évolutions
Offre, commercial et marketing	SF609	Rechercher et intégrer l'information de sources diverses pour les études de faisabilité de nouvelles prestations d'assistance
Management	SF1706	Conduire des projets
Connaissance offre, commercial et ma	CT706	Connaissances marketing

Les compétences

Savoir-faire

- **Rédiger et concevoir des documents de communication**
- **Organiser et établir l'offre produits/marchés et ses évolutions**
- Rechercher et analyser des informations sur les marchés et la concurrence
- Concevoir et rédiger des supports techniques et/ou commerciaux
- **Rechercher et intégrer l'information de sources diverses pour les études de faisabilité de nouvelles prestations d'assistance**
- Organiser et animer l'échange d'informations avec les équipes commerciales
- Animer des réunions
- Conduire des entretiens
- **Conduire des projets**
- Définir la tarification de produits
- Élaborer et déployer une stratégie de communication commerciale
- Négocier et convaincre
- Formuler des propositions pour optimiser l'organisation, les procédures...
- Représenter l'entreprise dans des manifestations externes dans son domaine de spécialité
- Veiller aux évolutions liées à la digitalisation des activités
- Anticiper les évolutions sociétales des comportements des utilisateurs
- Animer hiérarchiquement une équipe
- Animer un groupe de travail sans position hiérarchique

Connaissances

- Connaissance des métiers de l'entreprise, de l'organisation, et des interlocuteurs des clients et prospects
- Connaissance générale des métiers de l'entreprise, de ses activités, de son offre commerciale
- Connaissance des techniques, procédures, réglementations, contrats et garanties, vocabulaire technique, contraintes de l'environnement liés aux domaines d'assistance
- Connaissance pratique des bases de données contenant les informations permettant d'analyser l'activité et des applications permettant de les exploiter
- Connaissance pratique des logiciels de calcul, fonctions statistiques, réalisation de graphiques

- Connaissance de la langue française (orthographe, rédaction synthétique et précise)
- Connaissance d'une ou plusieurs langues étrangères
- Connaissance des marchés de l'Assistance et de la concurrence
- Connaissance détaillée de l'offre commercialisée (produits/services/contrats ...)
- Connaissance des règles économiques et juridiques applicables aux contrats et produits d'assistance
- Connaissance des techniques de vente propres aux marchés de l'assistance
- **Connaissances marketing**
- Connaissance des techniques de tarification des produits
- Connaissance du montage des produits packagés ou sur mesure
- Connaissance des méthodes statistiques et des techniques d'analyse de données
- Connaissance du secteur de l'Assistance et des types de contrats
- Connaissance des méthodes de management opérationnel d'une équipe
- Connaissance du digital et des outils numériques

L'accès au métier

Aptitudes

- Autonomie et rigueur dans l'organisation et la réalisation de son travail
- Réactivité / adaptabilité
- Capacité d'analyse et de synthèse d'une situation
- Ouverture, curiosité d'esprit
- Créativité
- Capacité à informer et à convaincre
- Capacité rédaction et formalisation
- Capacité à travailler en transversal

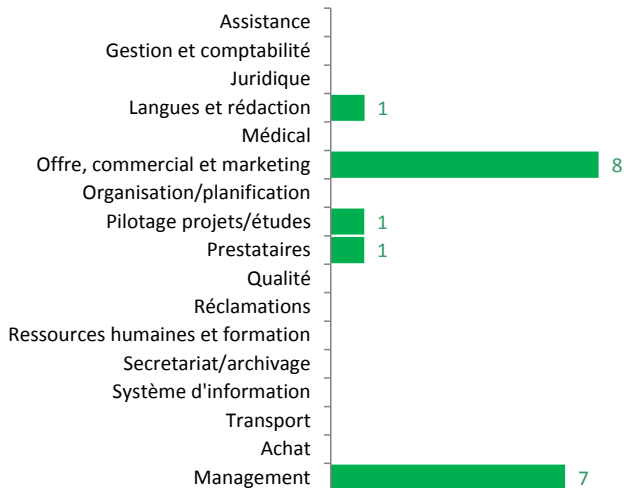
Niveau de formation, expérience

- Bac +5 en commercial, marketing, économie ou niveau équivalent acquis par l'expérience

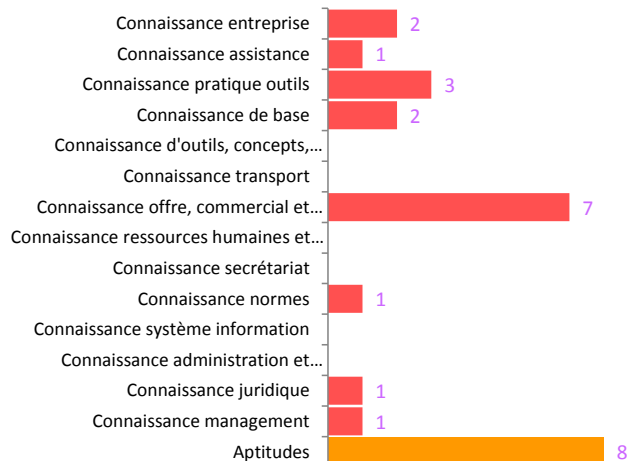
Les perspectives d'évolutions

Composition des domaines des compétences du métier

Le métier « 603 Chef de produit Marketing » comprend 18 savoir-faire, qui se ventilent comme suit :

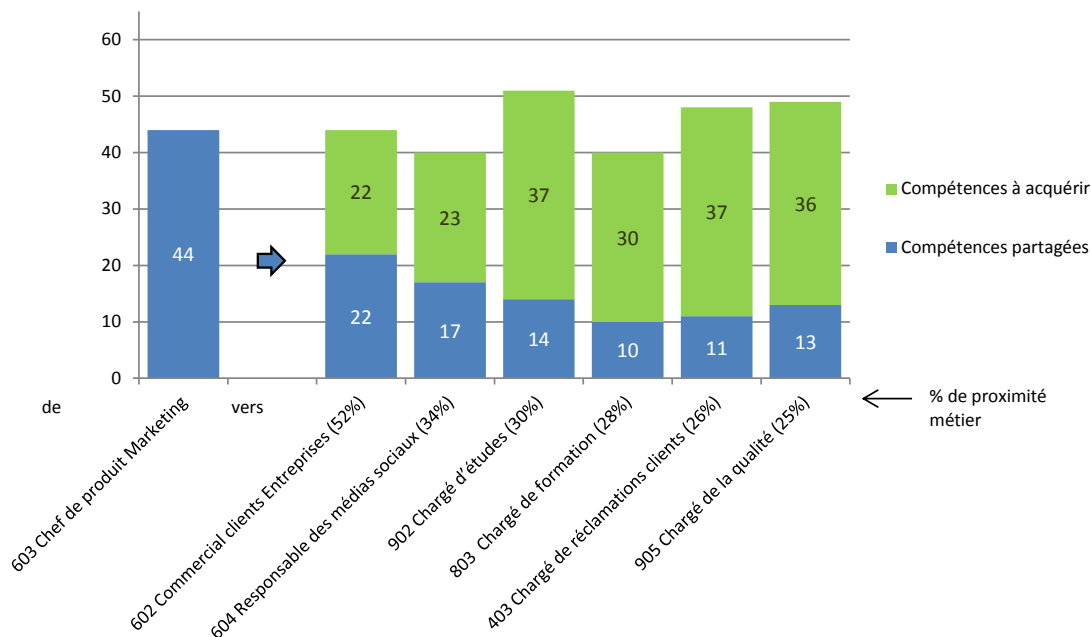


Le métier « 603 Chef de produit Marketing » comprend en outre 26 connaissances et aptitudes, qui se ventilent comme suit :



Évolutions envisageables

Les passerelles envisageables par ordre décroissant de proximité métier



Autres évolutions envisageables

- Selon l'organisation des entreprises d'autres évolutions pourront être envisagées : Responsable de la communication, Journaliste d'entreprise...
- Si intérêt particulier pour l'informatique, une évolution peut être envisagée vers le métier 708. Assistant de maîtrise d'ouvrage (13 compétences partagées ; 35 à acquérir)