

CHARGÉE DE MARKETING PRODUIT

Rattachement hiérarchique : **Directeur Général**

- **Mission :**

Le ou la responsable marketing est chargé(e) d'améliorer le chiffre d'affaires de l'entreprise et la marge par types de clientèle. Il ou elle coordonne les activités nécessaires à la progression des différentes gammes de produits dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise. Il ou elle utilise toutes les techniques marketing de conquête, de développement et de fidélisation.

- **Activités :**

Participer à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique commerciale

- Développer une stratégie de promotion et de communication en collaboration avec la Directrice Générale et les commerciaux
- Organiser les actions de promotion et de communication : publicité, presse, matériel spécifique, animations, participation aux salons et expositions
- Participer au prévisionnel des ventes d'après les statistiques et les actions de promotion, les transmettre aux services concernés : production, achats, logistique
- Analyser les statistiques de ventes et les écarts prévisionnels/réalisés, repérer les segments les plus rentables, proposer des actions de fidélisation ou de relance
- Diffuser les informations pertinentes à l'ensemble des acteurs concernés : nouvelles références,
- Assurer une veille marketing

Elaborer, mettre en œuvre ou améliorer les méthodes marketing

- Développer et améliorer les bases de données produits et les fichiers clients
- Concevoir, (faire) réaliser les outils marketing et les actualiser : catalogues, tarifs, dépliants publicitaires, fiches produits, descriptifs, argumentaires, etc.
- Développer le site web et son actualisation
- Coordonner l'évolution du showroom et les activités correspondantes : visites, photos, etc.
- Favoriser la prospection : envoi de mailings, relance phoning
- Suivre les procédures d'administration de ventes et les tableaux de bord
- Effectuer des enquêtes de satisfaction et proposer des améliorations
- Réaliser des études de marchés, des études de concurrence
- Gérer le budget marketing

Organiser, coordonner et animer les relations internes et externes

- Installer et stimuler une culture marketing, un sens du service orienté client
- Fixer les objectifs et suivre les résultats des différentes opérations / campagnes
- Travailler en équipe à l'intérieur de l'entreprise et avec de nombreux prestataires de services.
- Assurer les relations externes avec les clients sur les salons, les prestataires de service ou de conseils : agences de communication, publicitaires, photographes, etc.

Résultats attendus

- Amélioration du chiffre d'affaires et de la marge commerciale par type de produits et de clientèle
- Retour sur investissement des opérations de communication et de promotion

Compétences :

- Issu(e) d'une formation en Bac+4/5 minimum, issu(e) d'une formation d'ingénieur ou école de commerce
- Expérience minimum de 5 ans idéalement dans un poste similaire
- Maîtriser les techniques et les outils marketing
- Bonne capacité rédactionnelle
- Connaître les produits, les techniques de production de l'entreprise et leurs contraintes
- Posséder un bon esprit de synthèse et faire preuve d'une sensibilité business et consommateur
- Faire travailler ensemble de multiples interlocuteurs internes et externes
- Analyser et synthétiser de nombreuses informations, assurer une veille marketing (produits, marchés, concurrence) et une remontée "terrain"
- Organiser une campagne de téléprospection, promotion et communication
- Définir un cahier des charges pour une agence de communication / publicité
- Etre rigoureux, s'organiser et coordonner des actions
- Hiérarchiser les priorités
- Anglais courant obligatoire, idéalement maîtrise de l'allemand ou de l'espagnol