



Fiche métier – Chef.fe de produit

Chef de produit

Dans quelle(s) structure(s) ?

- Annonceur (direction marketing)

Rôle

Le/la chef de produit est en charge d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception jusqu'à sa commercialisation et au suivi de la progression de ses ventes.

Missions

Analyse chiffrée de l'environnement du produit (cibles, circuits de distribution, concurrence)

Définition des objectifs

Définition de la stratégie marketing et coordination de sa mise en place

Suivi de la chaîne d'évolution du produit (phases de création, de fabrication, de commercialisation...)

Vérification du respect par le produit des normes juridiques

Négociation avec les réseaux de distribution

Visites des magasins/grandes surfaces pour s'assurer de la bonne mise en avant du produit

Interlocuteurs

Externes : les agences, les réseaux de distribution

Internes : la direction commerciale

Compétences requises

Bonne connaissance de son marché, de la concurrence

Bonne compréhension de la marque, de ses contraintes de distribution

Suivi attentif des objectifs

Bonne hiérarchisation des priorités

Maîtrise du web

Qualités

Rigoureux

Organisé

Goût pour le travail en équipe

Persuasif

Réactif

Formation

Bac + 5

- Ecoles de commerce

- Ecoles ingénieur spécialisé en marketing

- Master marketing et vente