

CHEF DE PRODUIT



DÉFINITION

Le/la chef de produit est responsable du lancement, de la promotion et du développement d'un produit ou d'une ligne de produits.

Autres appellations possibles du métier : Chef de marché, Chef de marque, Ingénieur marketing, Ingénieur produit.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- **Tester le marché, en collaboration avec les commerciaux et/ou les clients :**
 - Analyser les opportunités et les tendances du marché (informations du terrain, études externes).
 - Etudier les produits de la concurrence.
 - Analyser l'environnement économique et culturel du marché.
- **Collaborer à la mise au point de nouveaux produits :**
 - Elaborer un premier cahier des charges.
 - Contribuer à la conception de nouveaux produits.
 - Participer à la validation du projet et le suivre jusqu'au lancement du produit.
- **Définir le plan de communication et le plan d'action commerciale :**
 - Coordonner les activités qui concourent à la réalisation du plan marketing.
 - Proposer les plans d'action commerciale : cibles à atteindre, prix de vente, campagne de communication, actions promotionnelles...
 - Participer activement aux salons professionnels.
 - Contribuer à la réalisation des outils d'aide à la vente : fiches produits, catalogues, publicités...
- **Analyser les résultats du produit sur le marché :**
 - Vérifier la qualité et l'évolution du produit.
 - Elaborer ou gérer le budget.
 - Proposer des améliorations ou des nouveaux produits.



CHEF DE PRODUIT



CONDITIONS D'ACCÈS / DIPLÔMES REQUIS

- Cet emploi nécessite une formation de niveaux II à I (écoles d'ingénieurs ou grandes écoles de commerce).
- Une expérience de 5 à 10 ans dans des fonctions de vente ou de production de la branche d'activité peut également permettre d'accéder au métier.



CONDITIONS GÉNÉRALES D'EXERCICE

- **Lieu d'exercice** : dans un bureau la majorité du temps. Il travaille en collaboration avec les services production ou technique, recherche et développement, achats ou force de vente, les prestataires externes et la clientèle.
- **Horaires et temps de travail** : Des déplacements dans les salons ou en clientèle, voire à l'étranger sont à prévoir.



COMPÉTENCES MÉTIER

- Synthétiser des facteurs utiles au plan marketing.
- Evaluer les risques et les opportunités pour l'entreprise de développer ou de modifier un produit.
- Etre à l'écoute du réseau de distribution.
- Anticiper les besoins de la clientèle pour créer des produits adaptés aux spécificités économiques et culturelles.



AUTRES COMPÉTENCES REQUISES

- Maîtriser les techniques de marketing.
- Etre rigoureux et autonome.
- S'adapter et réagir aux changements.
- Maîtriser l'anglais, voire d'autres langues étrangères.
- Avoir le sens du service.
- Maîtriser l'informatique de gestion.



EMPLOIS ET SITUATIONS ACCESSIBLES

Le/la chef de produit a la possibilité, après quelques années d'expérience, d'occuper un poste de responsable marketing puis de directeur marketing avec une plus grande responsabilité en stratégie et en coordination.
Il/elle a également la possibilité d'occuper un poste de management d'une unité opérationnelle ou d'une filiale.

