



<https://latribunelibre.com/emploi/chef-de-marque-f-h>

Chef de marque F/H

Description

Votre rôle :

Le/la chef de Marques est chargé(e) d'écrire, de développer et d'implémenter des stratégies marketing pour promouvoir l'image de la marque qu'il/elle incarne, son rôle est de renforcer sa notoriété pour recruter, de fidéliser ses clients pour augmenter les ventes.

Il/elle est le garant de l'image, de l'ADN et la personnalité de la marque sur tous les supports de communication et de distribution et des choix produits qui constituent une offre efficace.

Pilote de son compte d'exploitation, il/elle est décisionnaire des arbitrages qui serviront à animer, distribuer et valoriser son offre, tout en assurant la rentabilité de son activité.

En véritable Chef d'orchestre, il/elle coordonne autour du développement de sa marques les équipes supports : Commerce, Marketing Digital & Communication, Supply chain et Qualité.

Vos missions principales :

1. Stratégie de marque

- Participer activement aux travaux du comité marketing du groupe.
- Assurer l'intégration et la cohérence des marques avec les valeurs du groupe.
- Définir le positionnement et le territoire de la marque en rédigeant la plateforme de marque.
- Piloter le dépôt légal de la marque auprès des organismes nationaux et internationaux.

2. Gestion budgétaire et prévisionnelle

- Construire et gérer les budgets prévisionnels de ventes, achats, investissements communication et marketing, en ligne avec les objectifs de rentabilité.
- Piloter la performance de l'offre, ajuster la sélectivité selon les marchés et canaux de distribution.

3. Analyse du marché et tendances

- Mettre en œuvre les moyens nécessaires pour une compréhension approfondie des tendances de consommation et des besoins clients.

Organisme employeur

Groupe VANDERSCHOOTEN

Type de poste

Temps plein

Secteur

FABRICATION D'ARTICLES
TEXTILES, SAUF HABILLEMENT

Lieu du poste

59431, NIEPPE, NIEPPE, France

Date de publication

24 octobre 2024 à 11:02

Valide jusqu'au

23.11.2024

- Adapter l'offre en fonction des évolutions du marché.

4. Création et développement de produits

- Diriger les équipes créatives internes ou externes pour s'assurer que l'offre est en phase avec l'identité de la marque et les attentes du marché.

- Superviser le développement des produits, de la conception à la mise en marché, en respectant les contraintes de qualité, coûts, marges et délais.

5. Communication et commercialisation

Définir et coordonner la stratégie de communication avec le responsable communication, en fonction des objectifs de la marque.

Animer la promotion de la marque auprès des équipes commerciales et lors d'événements externes (salons, tables rondes, etc.).

Garantir la production d'outils d'aide à la vente pour chaque canal de distribution.

Développer le merchandising en magasin et en e-commerce, en collaboration avec les équipes commerciales.

6. Management

- Encadrer l'équipe Style ainsi qu'un ou plusieurs chefs de produits.

- Définir et briefer les équipes sur les besoins en contenu éditorial (brand content/animation clients).

Qualifications

Profil recherché

Diplômé(e) d'une école de commerce ou titulaire d'un Bac+5 en marketing, gestion ou équivalent, vous disposez du niveau cadre avec une expertise en gestion de marque et développement de produits.

Vous justifiez d'une expérience d'au moins 5 ans sur un poste similaire, idéalement au sein d'une structure où vous avez contribué au développement stratégique d'une marque.

Une expérience en gestion budgétaire, développement de produits et pilotage de projets marketing est indispensable.

Vous êtes constamment en quête d'informations nouvelles, que ce soit sur le marché, les produits ou les tendances de consommation. Vous êtes reconnu(e) pour votre capacité à fédérer autour d'un projet, à inspirer et à donner du sens à l'action collective.

Si notre offre vous intéresse et vous vous reconnaissez dans le profil recherché, n'hésitez pas à nous transmettre votre candidature.