



CHEF DE PRODUITS

TYPES DE POSTES RATTACHÉS À L'EMPLOI :

- > **Chef de produits courrier colis.**
- > **Chef de produits pôle fixe.**
- > **Chef de produits pôle mobile.**
- > **Chef de produits services financiers.**

DÉFINITION SYNTHÉTIQUE DE L'EMPLOI* :

Concevoir et développer un produit ou une gamme de produits dans le respect de la stratégie marketing de l'OPT-NC.

ACTIVITÉS PRINCIPALES** :

- **Conduite de la phase d'analyse du marché et diagnostic marketing :**
 - > Analyse de la concurrence (benchmark), veille concurrentielle et technologique.
 - > Analyse des besoins des clients - sur la base des résultats d'études et de l'exploration des tendances du marché, des tendances de consommation...
 - > Collecte de l'information issue de la Comptabilité Par Activité (CPA) et élaboration de tableaux de bord pour suivre en permanence les ventes afin d'ajuster la stratégie.
 - > Recueil des propositions issues des directions métiers et des forces de vente.
 - > Elaboration de la synthèse des informations recueillies pour analyser les caractéristiques d'un marché.
- **Déclinaison du plan marketing en stratégie produits :**
 - > Gestion du portefeuille des offres de produits et services (opportunité, faisabilité) en collaboration avec l'ensemble des services techniques, commerciaux et juridiques.
 - > Etablissement des scénarii, des recommandations sur les 4 P (produit, prix, promotion, distribution), du plan produit et du business plan associé.
- **Coordination de la mise en œuvre opérationnelle :**
 - > Formalisation et présentation des propositions marketing aux décisionnaires et aux différents représentants des directions métiers concernées (phase de validation).
 - > Réalisation de l'expression de besoins en promotion des produits et services.
 - > Intervention en support interne (information, formation...) et externe.
 - > Gestion de l'avancement de la mise en œuvre auprès des différents services impliqués : commerciaux, marketing opérationnel, techniques, juridiques...
 - > Capitalisation et mutualisation de l'expérience (REX) sur certains produits et services définis.
- **Préparation et suivi du budget et des objectifs commerciaux des produits et services dont il a la charge.**

ACTIVITÉS SECONDAIRES :



COMPÉTENCES REQUISES*** :

savoirs	<p>Connaissance :</p> <ul style="list-style-type: none"> De l'organisation, du fonctionnement et du plan stratégique de l'Office. Des produits et services de l'Office, dont il a la charge (structure et enjeux de son périmètre). Des bases fondamentales du marketing, du développement et de la promotion d'une offre commerciale adaptée aux différents marchés (analyse de marché, marketing mix...). 	<ul style="list-style-type: none"> Des bases fondamentales de la réglementation des produits et services dont il a la charge. Des principes généraux d'établissement d'un business plan, d'un budget et de tarification d'une offre. Des techniques de gestion de projet. De l'anglais.
savoir-faire	<p>Comprendre son environnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprendre les enjeux et la stratégie de l'entreprise, savoir adapter sa « roadmap » produits en fonction. Savoir analyser les indicateurs pertinents (l'activité de son marché) et les usages (des clients). Fédérer autour des propositions marketing. Argumenter. 	<p>Elaborer un plan produit et business plan associé :</p> <ul style="list-style-type: none"> Savoir élaborer les éléments financiers à transmettre aux directions financières et au contrôle de gestion pour finalisation du BP (business plan) et calcul du ROI (Return On Investment), ou retour sur investissement.
comportements professionnels	<ul style="list-style-type: none"> Autonomie. Travail méthodique. Sens de l'organisation. Esprit d'analyse et de synthèse. Gestion des priorités. Bonnes qualités relationnelles et d'adaptation. 	<ul style="list-style-type: none"> Esprit d'équipe. Capacité à convaincre. Ténacité et diplomatie. Discrétion professionnelle. Savoir être force de proposition. Créativité.

PARTICULARITÉS D'EXERCICE DE L'EMPLOI :

CONDITIONS D'ACCÈS À L'EMPLOI :

Prérequis à l'emploi

Recrutement majoritaire à niveau BAC + 5 type école supérieure de commerce et de management.
 Recrutement possible à BAC + 3 école de commerce et de management (spécialité marketing).

Formations nécessaires à l'emploi

PROXIMITÉ AVEC D'AUTRES EMPLOIS :

Chargé d'études marketing - Responsable marketing stratégique - Chargé de marketing opérationnel.

EXEMPLE(S) DE PARCOURS DE CARRIÈRE :

Possibilités d'emplois précédents

Chargé d'études marketing.
 Chargé de marketing opérationnel.

Evolutions potentielles vers d'autres emplois

Responsable marketing stratégique.

TENDANCES D'ÉVOLUTIONS DE L'EMPLOI :

Facteurs clés d'évolution à moyen terme

- Développement du marketing digital.
- Mise en place d'un CRM (Customer Relation Management).
- Avancement du projet NRC (Nouvelle Relation Client).

Conséquences sur les activités et les compétences

- Compréhension des impacts et enjeux, nouveaux produits et services dématérialisés, adaptés à des nouveaux modes de communication.

**Définition synthétique de l'emploi : Il s'agit à la fois de la finalité, de la raison d'être et de la contribution attendue de l'emploi.*

** *Activités principales : Il s'agit des principaux ensembles d'actions ou d'opérations qui permettent de réaliser la mission de l'emploi.*

*** *Compétences requises : Les compétences pour occuper un emploi de référence se déduisent des activités. C'est une combinaison de savoirs et de savoir-faire mobilisés en situation de travail et nécessaires à la réalisation des activités. Il est à noter que les compétences citées pour un emploi de référence sont des compétences cibles, leur niveau de maîtrise peut être différent en fonction du poste occupé dans cet emploi.*