

Responsable produit

Identification		
Intitulé de l'Emploi : Chef de produit (O124)		
Catégorie : A	Corps : Cadre exploitation	
Direction : Télécoms	Unité organisationnelle (centre ou service) : Service Marketing et communication Section Marketing	
Place dans l'organigramme : N-3	Nombre d'agents exerçant la fonction : 6 Nombre de postes à pourvoir : 6	
Nb d'agents permanents encadrés : <ul style="list-style-type: none"> • Directs : • Indirects : 		
Missions		
Missions du poste :		
<p>Gérer le cycle de vie des offres de produits et services</p> <p>Concevoir les produits ou services jusqu'aux actions promotionnelles pour favoriser la commercialisation et rechercher les axes d'amélioration en veillant à répondre aux attentes des clients</p>		
Responsabilités principales du poste :		
<ul style="list-style-type: none"> - Assurer une veille de marché par la collecte et l'analyse des informations internes et externes - Suivre régulièrement l'évolution des produits et services existants pour adapter la stratégie du plan produit - Positionner les offres en fonction du marché et de la stratégie marketing globale - Étudier les opportunités sous les aspects économiques, organisationnels et commerciaux - Elaborer/proposer/faire évoluer les offres de produits et services (plan marketing, plan produits) et bâtir le plan d'affaires associé - Elaborer les projections et leur hypothèses (segments, CA, pénétration, couverture, concurrence...) - Piloter la mise en place technique de l'offre et coordonner de manière transversale les différents services intervenant dans le processus de conception - Assurer la représentation marketing lors des réunions de travail et comités de projet internes - Produire et diffuser pour les acteurs internes (commerce, exploitation, finance...) des informations commerciales/marché accessibles et synthétiques - Concevoir le dispositif relatif à la commercialisation, à l'optimisation des ventes et à l'accompagnement des forces de vente - Préparer et suivre la validation des évolutions sur les offres de produits et services en conseil d'administration (préparation des arguments en faveur de l'évolution proposée, rédaction des documents administratifs, etc.) - Piloter la mise en œuvre et le déploiement (production, intégration dans les SI, soutien des forces de vente..), évaluer les résultats et proposer les adaptations éventuelles - Apporter expertise et conseil aux fonctions marketing logées dans les autres BU - Rendre compte de l'activité sur tous les volets, l'analyser et en proposer à sa hiérarchie les enseignements et recommandations - Veiller au respect des attendus décrits dans les référentiels de fonction de l'OPT (Agents) 		
Compétences :		
Savoir / Connaissance / Certification /diplôme requis	Savoir-faire	Comportement professionnel

<ul style="list-style-type: none"> - Organisation et fonctionnement de l'OPT-NC - Plan stratégique - Produits et services de l'Office - Bases fondamentales du marketing, du développement et de la promotion d'une offre commerciale adaptée aux différents marchés (analyse de marché, marketing mix...) - Principes généraux d'établissement d'un business plan, d'un budget et de tarification d'une offre - Techniques de gestion de projet - Anglais 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un contexte, un marché, un besoin - Identifier un enjeu - Proposer un plan d'action - Exploiter des informations, des données - Synthétiser des informations, des données - Prospecter un marché, une clientèle - Mobiliser - Argumenter - Conduire un projet - Travailler en réseau 	<ul style="list-style-type: none"> - Etre autonome - Avoir l'esprit d'équipe - Etre rigoureux - Sens de l'organisation - Etre persévérant - Sens de l'analyse - Esprit de synthèse - Aisance relationnelle - Faculté d'adaptation - Sens de l'innovation / créativité
---	--	---

