

Management et gestion de produit

Domaine : Stratégie commerciale et marketing

Appellations

- Chef de groupe produits
- Responsable de produit
- Ingénieur produit
- Chef de produit

Accès au métier

Cet emploi/métier est accessible avec une licence en commerce option marketing, un diplôme d'école supérieure de commerce ou un diplôme d'ingénieur. La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, peut être exigée.

Conditions d'exercice

L'activité de cet emploi/métier s'exerce au sein d'entreprises industrielles, commerciales, de sociétés de services, ... en relation avec différents services (production, commercial, marketing, recherche et développement, ...). Elle varie selon le type de produits (industriels, services, ...).

Activités de base

• Analyser les informations sur les caractéristiques d'un marché et définir les caractéristiques pour de nouveaux produits ou l'adaptation de produits existants • Apporter un appui technique au réseau commercial sur le produit ou la gamme (caractéristiques techniques, innovation, ...) • Déterminer le positionnement (prix, image, valeur ajoutée, ...) du produit sur le marché (concurrence, évolution, ...) • Etablir et suivre le déroulement du plan marketing du produit ou de la gamme selon le cahier des charges technique • Etablir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production • Sélectionner les fournisseurs, les sous-traitants, les prestataires et définir les modalités d'intervention

Compétences de base

• Circuits de distribution commerciale • Droit commercial • Techniques commerciales • Techniques d'analyse statistique • Techniques de communication • Techniques de conduite de projet

Activités spécifiques

• Concevoir des éléments de packaging pour le lancement d'un produit • Coordonner l'activité d'une équipe-
Techniques d'animation d'une équipe • Définir la stratégie de communication pour le lancement ou le
développement d'un produit • Effectuer des tests du produit auprès d'un panel de consommateurs et proposer
des améliorations (modification du contenu, emballage, ...)-Techniques et méthodes d'enquête • Elaborer des
cahiers de charges d'appels d'offres et attribuer les marchés selon les réponses aux appels d'offres-Code des
marchés publics • International • National