

Fiche Métier

CHEF-FE DE MARCHÉ

(Autre dénomination : Chef-fe de produits)

ENVIRONNEMENT DU MÉTIER

Localisation

Entreprises d'agrofourriture (sélection de semences, agrochimie, produits phytosanitaires, fertilisants)

Spécificités du métier

• Le/la chef.fe du marché intervenant dans le domaine des phytosanitaires a en charge une à plusieurs gammes de produits.

Comme il n'y a pas de lancement perpétuel de nouveau produit, le volet « marketing produit » est important.

• Métier exercé au siège, au sein du service marketing en général

• Interlocuteurs-rices en interne : les usines de production, les achats, les services technique, commercial, filière, l'équipe marketing en région, les directions Générale et Financière, les organisations européennes

• Interlocuteurs-rices en externe : les prescripteurs-rices (instituts techniques, groupements de producteurs...), les distributeurs-rices, les journalistes

• Déplacements fréquents et réguliers

• Anglais courant indispensable

ACTIVITÉS

MISE EN ŒUVRE DES PLANS D' ACTIONS

- Mener des analyses quantitatives et qualitatives du marché des produits en charge (existants et nouveaux)
- Organiser les réunions de lancement de campagnes
- Transmettre au service de production les contraintes liées aux commandes (prévisions des volumes, planning des ventes, modes de conditionnement...)
- Suivre les indicateurs de ventes et décider des actions correctives à mettre en œuvre en fonction des objectifs
- Maintenir le contact direct avec les équipes de terrain (vente, marketing) pour se tenir informé de l'utilisation pratique des produits
- Assurer une veille des contextes réglementaire, environnemental, technique, scientifique, économique et concurrentiel dans son domaine d'activité
- Éventuellement, gérer les budgets alloués et analyser les postes de dépenses par rapport à la rentabilité

Applications de ce métier au domaine des semences

Large gamme de produits, durée de vie des produits plus faible, contraintes de production des semences...

L'aspect « prévision des ventes » est un peu plus important dans ce domaine. Pour exercer ce métier, il faut en général avoir de l'expérience professionnelle dans le milieu ; par exemple avoir occupé un poste d'ingénieur technico-commercial puis un poste marketing (et/ou technique) en région.

Évolution professionnelle

Poste en marketing Europe ou Monde, poste de direction (marketing, commercial, développement...)