

3.12 Fiche Métier – COMPETENCES chef de produit

1.	Intitulé de l'emploi appellations	<ul style="list-style-type: none"> • Assistant / Assistante chef de marché • Assistant / Assistante chef de produit • Chef de groupe produits • Chef de marque • Chef de produit • Chef de produit à l'international • Chef de produit Internet • Chef de produit multimédia • Chef de produit web • Ingénieur / Ingénieure produit • Responsable de gamme produits • Responsable de produit
2.	Code	REC/UMA/10502
3.	Famille Professionnelle	Support à l'entreprise/ Stratégie commerciale, marketing et activé commerciale
4.	Catégorie	Cadre
5.	Définition	
	<p>Réalise le suivi d'un produit ou d'une gamme de produits, de sa conception à sa commercialisation, selon la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise. Peut coordonner une équipe.</p>	
6.	Environnement et conditions de travail	
	<p>L'activité de ce 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, ...).</p>	
7.	Conditions d'accès	
	<p>Ce métier est accessible à partir d'un diplôme de Licence en commerce ou marketing... La pratique d'une langue étrangère, en particulier le français, peut être exigée.</p>	
	Activités principales	
	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser le marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence • Définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants • Etablir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production 	

- Consulter et sélectionner les fournisseurs, les sous-traitants, les prestataires
- Réaliser le plan marketing du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique
- Analyser les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence, ...)
- Concevoir le plan média de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue, ...)
- Apporter un appui technique au réseau commercial sur le produit ou la gamme (caractéristiques techniques, innovation, ...)

09

Compétences requises

Nomenclature des compétences					
Compétences techniques					
Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Elaborer des cahiers des charges d'appels d'offre,	I	P	M	T
2	Analyser les réponses aux appels d'offre et attribuer les marchés	I	P	M	T
3	Intervenir sur un marché National et International	I	P	M	T
4	Réaliser des tests du produit auprès d'un panel de consommateurs	I	P	M	T
5	Proposer des améliorations (modification du contenu, emballage, ...)	I	P	M	T
6	Connaitre les techniques d'analyse de marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence	I	P	M	T
7	Connaitre les techniques d'analyse et de conception de plan média	I	P	M	T
8	Concevoir et mettre sur le marché des supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue, ...)	I	P	M	T
9	Définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants	I	P	M	T
10	Utiliser l'outil bureautique (traitement de texte, tableur,...)	I	P	M	T
Les savoir					
Réf compétence	Description des compétences				
1	Droit commercial	I	P	M	T

2	Conduite de projet	I	P	M	T
3	Organisation de la chaîne logistique	I	P	M	T
4	Circuits de distribution commerciale	I	P	M	T
5	Techniques de vente	I	P	M	T
6	Typologie des clients/consommateurs et techniques commerciales	I	P	M	T
Les savoir êtres					
1	Etre disponible et orienté clients	I	P	M	T
2	Communiquer et gérer ses relations	I	P	M	T
3	Maintenir l'esprit d'équipe et de partage	I	P	M	T
4	Organiser et gérer le temps et les activités	I	P	M	T
5	Savoir se maîtriser et gérer ses comportements et ses émotions	I	P	M	T
6	Faire preuve de rigueur, de précision et de curiosité	I	P	M	T

* I : initiation / P : pratique / M : maîtrise / T : Tutorat /expertise