

Autres intitulés : *Chef de produit bijoux, Chef de produit Marques, Chef de produit Trésor, Chef de produit Marques propres, Chef de produit junior*

## MISSION GÉNÉRALE

Le chef de produit est responsable d'une gamme de produits. Il fixe la stratégie, construit les assortiments, optimise toutes les données économiques (CA, marge, stock) sur l'ensemble des enseignes France

## ACTIVITÉS PRINCIPALES \*

### Stratégie

- Définit la stratégie sur ses gammes de produits
- Pour les Marques Propres, définit la stratégie des marques (cible, positionnement, prix, ...)
- **Définit une stratégie Achat et pilote les négociations, dont la partie contractuelle**

### Pilotage des gammes

- Construit et pilote les assortiments par groupe de magasins en s'assurant de couvrir l'ensemble des unités de besoin et des tendances du marché
- Pour les Marques Nationales, rencontre régulièrement les fournisseurs pour optimiser les assortiments et échanger sur les performances
- Pour Trésor, démarche les marques pour négocier l'achat de stocks fin de collection pour rythmer les arrivages de l'enseigne
- Construit les assortiments pour optimiser les rotations de stock et leur rentabilité
- Pilote la rentabilité de ses gammes en fixant les prix de vente
- Pilote le cycle de vie du produit
- Définit et met en œuvre la feuille de route pour optimiser les stocks (renforts, soldes, transferts de stocks entre les magasins, liquidation, achat de stocks Marques Propres, ...)
- **Challenge l'allocation linéaire en fonction de la rentabilité**

### Développement de nouveautés

- Suite à l'analyse des gammes et à une veille concurrentielle, détermine de nouveaux besoins à couvrir
- Réalise un brief auprès des achats ou source de nouvelles marques
- Veille à la cohérence des données économiques des produits
- Construit ses collections dans le respect d'un cadre budgétaire
- Coordonne le développement des nouveautés avec l'ensemble des acteurs (achats, back office, approvisionnement, marketing, merchandising,...)
- Définit et pilote le plan d'activation marketing des Marques Propres et des collections (logo, visuel, packaging, présentoir, ...)

### Analyse et reporting

- Construit les tableaux de bord et analyse les performances des gammes

\* Les activités mentionnées peuvent être réalisées en totalité ou partiellement

## COMPÉTENCES MÉTIER

- Gestion et analyse de la performance
- Marketing offre
- Marketing opérationnel
- Gestion des stocks
- Veille et Benchmark
- Gestion de Projet
- Connaissance des produits /services /écosystèmes
- Gestion réglementaire et contractuelle
- Elaboration expression de besoin/cahier des chargegs
- Gestion de la relation fournisseurs
- Outils bureautiques
- Logiciels spécifiques
- Techniques de négociation
- Anglais
- Management de l'innovation
- Planification et organisation
- **Gestion budgétaire, financière et économique**
- **Elaboration d'une stratégie achat**
- **Gestion des risques**

## COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES/SOFT SKILLS

- Analyse et synthèse
- Rigueur
- Prise de décision
- Sens relationnel
- Anticipation
- Curiosité et ouverture d'esprit
- Sens de l'esthétique
- Force de conviction
- Communication orale
- Communication écrite
- Confidentialité des données
- **Prise de parole en public**
- Ambassadeur des valeurs d'entreprise

## CHEMINS DE CARRIÈRE POSSIBLES

## Passerelle entrante

- Acheteur  
Chef de projet marketing  
Contrôleur de gestion

## Passerelle sortante

- Chef de projet CRM  
Business analyst offre  
Acheteur  
Responsable de pôle  
Chef de projet marketing  
Chef de projet e-commerce  
Chef de projet merchandising