

Responsable/Directeur de marque (F/H)

Description synthétique

Le directeur de marque est le chef d'orchestre de la marque dont il a la charge sur son territoire. C'est lui qui mène la réflexion stratégique sur l'offre produits et qui pilote les opérations de lancement des produits, de publicité ou encore de promotion. Il coordonne également les forces commerciales dans leurs actions.

Il a la charge du développement du chiffre d'affaires sur son périmètre.

Missions principales

Développer la visibilité et la notoriété de la marque dont il a la charge.

Développer des partenariats (médias, annonceurs, distributeurs...) pour répondre aux objectifs de notoriété de la marque et de développement des ventes.

Soutenir et animer le réseau de distribution.

Définir, suivre et ajuster le plan média (affichage, web...) destiné à promouvoir la marque en fonction des retours du terrain.

Organiser la veille concurrentielle pour anticiper l'évolution du marché.

Estimer le chiffre d'affaires prévisionnel, les objectifs de vente, et allouer les budgets à chacun des services en charge de la promotion de la marque.

Optimiser la rentabilité de la marque : développement du chiffre d'affaires, ratio profits/coûts, augmentation de la marge opérationnelle...

Compétences requises

Savoir réaliser des analyses chiffrées (quantitatives).

Savoir motiver les équipes pour l'atteinte des objectifs (commerciaux ou autres).

Savoir évaluer des options/opportunités et arbitrer.

Parler l'anglais et éventuellement une ou plusieurs autres langues étrangères.

Savoir organiser le travail de son équipe en gérant les aléas d'activité.

Famille d'emplois/autres appellations

Brand director.

Brand manager.

Chef de marque.

Directeur marketing et commercial.