

ROLE PROFILE

Job Title	Chef de Produit Junior - Glenfiddich
Business Unit	ODC BU - WG&S France
Function/Region	Marketing
Location	Paris, France
Leader	Senior Marketing Brand Manager
People Leadership	N/A
Job Level	4B
ROLE PURPOSE	
Le Chef de Produit Junior contribue à développer le volume, le chiffre d'affaires, le profit et l'image de marque concernée.	
ACCOUNTABILITIES	
Analyser l'activité marché, marque et concurrence	
<ul style="list-style-type: none">• Analyser les données des panels distributeurs (Nielsen, statistiques grossistes ou Métro) consommateurs (Kantar) ainsi que les données de ventes internes• Analyser et comprendre les études consommateurs ad hoc et santé de marques (Brand Health Tracking, U&A, etc...)• Suivre et analyser l'activité concurrentielle	
Contribuer à l'élaboration des plans de marques	
<ul style="list-style-type: none">• Contribuer au bilan de l'activité de l'année écoulée pour les marques et participer aux recommandations pour l'élaboration des plans de marque à venir• Recommander des points d'améliorations des actions en cours et de nouvelles actions si nécessaire	
Mettre en œuvre les plans de marque	
<ul style="list-style-type: none">• Média, Relations publiques & Influence : participation à la définition de la stratégie avec le/la chef de produit Senior et les agences concernées puis mise en place opérationnelle : suivi du développement et bilan des activations annuelles• Digital : contribuer à la mise en place de la stratégie de digitalisation de la marque (site Internet, social media, stratégie CRM, etc...)• Outils de visibilité en GMS & Cavistes : développer la PLV, argumentaires produits et outils à destination de la force de vente pour favoriser la visibilité de la marque dans ces réseaux clés• Promotion : participer à l'élaboration des plans promotionnels, suivi de la mise en œuvre de ces plans en coordination avec la Direction Commerciale et analyse des performances	

- Evènementiel, Advocacy et activations CHR : mise en place et suivi opérationnel des évènements à destination des consommateurs, en établissements CHR ou soirée partenaires, en collaboration avec les services de Trade Marketing et le Brand Ambassador

Assurer la gestion quotidienne de la marque

- Suivi du budget marketing A&P et promotionnel
- Délivrer des reportings mensuels
- Assurer l'interface vis-à-vis de l'interne, de l'externe et des actionnaires

Cette liste de mission est non exhaustive, et peut évoluer en fonction de l'actualité et des projets en cours.

VALUES



BE PROUD
We are proud of our brands, our heritage, and our commitment to superior quality in our products



BE RESPONSIBLE
We expect every individual and their teams to be accountable and to perform to their full potential



BE SUSTAINABLE
We wish to make a positive contribution to our communities and to our environment



BE PROFESSIONAL
We value integrity, transparency, professionalism and constructive debate within a team working culture



BE ENTREPRENEURIAL
We foster a forward thinking and innovative culture that recognises the need for innovative thinking and continuous improvement



THINK LONG TERM
We are proud of our brands, our heritage, and our commitment to superior quality in our products

CORE COMPETENCIES

Deciding & Initiating Action

- Makes prompt, clear decisions which may involve tough choices or considered risks
- Takes responsibility for actions, projects and people
- Takes initiative and acts with confidence
- Initiates and generates activity

Relating and Networking

- Establishes good relationships with customers and staff
- Builds wide and effective networks of contacts inside and outside the organisation
- Relates well to people at all levels
- Manages conflict
- Uses humour appropriately to enhance relationships with others

Presenting and Communicating Information

- Speaks clearly and fluently
- Expresses opinions, information and key points of an argument clearly
- Makes presentations and undertakes public speaking with skill and confidence
- Responds quickly to the needs of an audience and to their reactions and feedback
- Projects credibility

Writing and Reporting

- Writes clearly, succinctly and correctly
- Writes convincingly in an engaging and expressive manner Avoids the unnecessary use of jargon or complicated language
- Writes in a well-structured and logical way
- Structures information to meet the needs and understanding of the intended audience

Planning and Organising

- Sets clearly defined objectives
 - Plans activities and projects well in advance and takes account of possible changing circumstances
 - Identifies and organises resources needed to accomplish tasks
 - Manages time effectively
- Monitors performance against deadlines and milestones

Adapting and Responding to Change

- Adapts to changing circumstances
- Accepts new ideas and change initiatives
- Adapts interpersonal style to suit different people or situations
- Shows respect and sensitivity towards cultural and religious differences.
- Deals with ambiguity, making positive use of the opportunities it presents.

SKILLS AND QUALIFICATIONS :**Essential :**

- De formation supérieure d'Ecole de Commerce ou équivalent Bac 5 – spécialisé(e) en Marketing
- Première expérience réussie en stage ou en alternance en tant qu'Assistant Chef de Produits ou de Marques.
- Esprit synthétique et analytique
- Anglais business courant (écrit et oral)
- Aisance dans la communication orale et écrite
- Maîtrise des outils informatiques (Excel, Power Point) et analytiques (Nielsen)
- Intérêt pour le monde des spiritueux, du luxe et de l'univers On-Trade

Desirable :

- Capacité d'adaptation
- Rigueur
- Sens du relationnel
- Maîtrise de la gestion multi-projets en toute autonomie
- Sens de l'organisation et de gestion des priorités

Created by:	Lauriane CURCI
Date:	8 th December 2022
HRBP:	Mélie Le Gloahec
Date of last revision:	28 th December 2022