



CHEF DE MARQUE SENIOR MONKEY SHOULDER H/F

Vous avez toujours rêvé de travailler dans le développement des ventes de spiritueux ?

Vous avez envie de vous épanouir dans une entreprise familiale avec de fortes valeurs humaines et challenger dans son domaine ?

Vous êtes à la recherche d'une expérience dynamique et professionnalisante ?

Vous êtes curieux, créatif et autonome ?

Rejoignez-nous !

William Grant & Sons Ltd. est une société familiale indépendante écossaise qui distille et distribue du scotch whisky et d'autres spiritueux. La société a été fondée en 1886 par William Grant et est maintenant dirigée par les descendants du fondateur. C'est la plus grande entreprise du monde du whisky écossais encore propriété familiale.

William Grant & Sons France, filiale française de William Grant & Sons Ltd fondée en 1886, est un intervenant majeur de la distribution des Spiritueux, avec un portefeuille de marques iconiques comme Monkey Shoulder, Hendrick's, Glenfiddich, The Balvenie, Grant's, Sailor Jerry, Cointreau, etc.

Société à taille humaine, nous valorisons une culture entrepreneuriale forte et nous recherchons des personnalités rares qui s'épanouiront à travers l'incarnation de nos valeurs, portées par l'ensemble de nos collaborateurs à travers le monde : la fierté, l'esprit entrepreneur, la responsabilité, la durabilité, le professionnalisme, et la vision long terme.

Au sein de la Direction Marketing, rattaché.e à la Cheffe de Groupe, en tant que **Chef de Marque Senior Monkey Shoulder**, vous serez chargé(e) d'atteindre les objectifs de performance liés aux activités marketing, contribuant ainsi à la création de valeur à long terme pour notre entreprise. Vous participerez à faire perdurer l'héritage des marques WG&S et prendrez part aux décisions stratégiques qui influenceront la puissance de nos marques sur le marché français. Vous serez responsable de la planification, de la conception et de l'exécution des contenus à destination des consommateurs, en ligne avec les orientations stratégiques de votre GBT en assurant un déploiement pertinent auprès de la cible.

- Vous contribuerez à l'évaluation de votre marque et participerez à la définition des « Jobs to be done » chaque année dans le cadre du processus IBP (Integrated Business Plan)
- Vous transformerez l'IBP en un plan de marque solide, coordonné avec l'équipe commerciale afin d'en maximiser son impact sur le marché français et l'atteindre les objectifs annuels de la marque
- Vous gèrerez un budget annuel (A&P) pour votre marque, tel que défini lors du processus budgétaire (à l'exclusion des investissements Below the Line dont la responsabilité est confiée à l'équipe Trade Marketing)
- Vous mettrez en œuvre toutes les activités de la marque à destination du consommateur, comme défini dans le plan annuel, en assurant la meilleure exécution
- Vous serez consulté.e sur les actions à mener en points de vente Off et On Trade, afin d'assurer l'alignement avec la stratégie de la marque
- Vous vous assurerez de la bonne exécution des plans de Brand Building dans le réseau On Trade, soit les actions agissant directement sur l'image de la marque
- Vous mesurerez et évaluerez la performance des actions afin d'optimiser les dépenses futures

Vos principales missions seront :

Compréhension / connaissance des consommateurs :

- Développer une connaissance approfondie des cibles de consommateurs afin d'optimiser le développement et le déploiement des brand assets - éléments constitutifs de la communication de la marque
- Identifier les insights clés de votre marque, permettant de détecter clairement les opportunités/menaces, motivations et freins à son développement

Construire le futur :

- Travailler activement sur les « Jobs to be done », être porteur d'idées assurant le développement de la marque dans le cadre du processus annuel de l'IBP
- Bâtir les recommandations au Chef de Groupe/Directrice Marketing quant à l'allocation des A&P dans le cadre de l'IBP
- Assurer un parfait alignement des projets transversaux en étant le garant de la stratégie de la marque
- Travailler en étroite collaboration avec les différentes parties prenantes de l'entreprise afin d'aboutir aux meilleurs plans intégrés

Plan de communication intégré :

- Mettre en œuvre les contenus de marque à destination des consommateurs
- Collaborer avec les GBT pour s'assurer que les brand assets sont adaptés à aux réglementations locales/besoins cibles locales
- Collaborer avec l'équipe Marketing Excellence et la GBT pour s'assurer que tous les contenus/programmes /partenariats soient le reflet des attentes des consommateurs français
- Mettre en œuvre les événements, expériences, relations publiques/presse, médias sociaux... en ligne avec l'IBP
- Veiller à ce que tous les assets développés localement soient alignés avec les orientations globales

Suivi de la performance :

- Veiller à ce que le plan de « Mesure et Evaluation » (M&E) soit en mise en place pour toutes actions clés menées pour la marque ; identifier les leviers de croissance et les déployer
- Œuvrer pour l'atteinte des objectifs de performance de votre marque, tels qu'indiqués dans le l'IBP (l'investissement P sera en Lead au sein du département Trade Marketing)
- Suivre et Contrôler le budget A&P de la marque, tel que défini dans le Budget annuel

Développement des talents et des compétences (si vous êtes manager) :

- Jouer un rôle moteur dans le développement des compétences du ou des membres de l'équipe

Profil recherché :

- Capacité à transformer une stratégie en plans parfaitement exécutés, avec un haut niveau d'exigence
- Expérience de la gestion de marque dans des postes à responsabilités, gestion de projets multiples
- Expérience en media planning, digital, Events etc
- Talent de communication : sait parfaitement communiquer la voie à suivre et les objectifs à atteindre.
- Définit et gère parfaitement les priorités, tient ses engagements, respecte les délais, assure un reporting de qualité
- Bon sens analytique : sait s'appuyer sur des faits pour faire des recommandations solides
- Sait gérer les projets transversaux
- A un attrait pour la construction de marques premium, l'industrie des spiritueux, et bénéficie d'une sensibilité On-Trade
- Anglais courant, écrit et parlé
- **Expérience de 6 ans à un poste de Chef de Produit dans une entreprise reconnue pour son savoir-faire Marketing. Idéalement une première expérience dans les Spiritueux, à défaut Beverage, à défaut FMCG Premium**

Ce que nous offrons :

- Un salaire compétitif et des avantages sociaux, comprenant rémunération variable pour l'ensemble des collaborateurs ainsi que l'intéressement et la participation aux bénéfices.
- Allocation de produits et prime boisson pour que vous puissiez profiter de notre fantastique portefeuille de marques.

- Chaque employé a la possibilité de demander chaque année un financement pour une ou plusieurs organisations caritatives pour lesquelles il a collecté des fonds, donné de son temps ou fait un don personnel. Il bénéficie en outre d'un jour de congé supplémentaire pour participer à une association caritative.
- Des programmes de formation (digital et présentiel) pour vous aider à donner le meilleur de vous-même.
- Nous offrons un maintien du salaire à 100% pour tout salarié(e) qui souhaite prendre un congé paternité. Dans le cadre de notre projet de diversité et d'inclusion, nous l'appelons « Congé du second Parent » afin d'assurer de façon automatique l'accès à ce congé pour tout nouveau parent (Femme ou Homme).

Poste à pourvoir immédiatement en CDI

Poste basé à Saint Ouen (accès par le métro 13 arrêt Garibaldi / Métro 14 ou RER C arrêt Saint Ouen).