

Fiche métier

Chef de produit

→ Les métiers supports

→ Famille marketing

Description du poste

Le chef de produit conçoit de nouveaux produits et de nouvelles offres ou en rénove d'anciens en prenant en compte les goûts du jour. Il les accompagne ensuite jusqu'à leur commercialisation. Il utilise des études de marché pour apprécier les nouvelles tendances, anticiper les besoins des adhérents/clients/patients et y répondre.

Autres appellations

→ Product manager

→ Responsable/spécialiste produit

Activités principales

- Participer à la conception des projets relevant de son champ de responsabilité
- Piloter des projets
- Collecter des informations auprès de la direction commerciale et/ou marketing
- Définir l'objectif des études (marchés, produits, packaging, outils promotionnels) et le type d'études à mener (quantitatives ou qualitatives)
- Concevoir et mettre en œuvre des études de marché et de tests produits
- Déterminer les procédures et la méthodologie des études de marché (sondages, réunions, enquêtes...)
- Analyser et synthétiser les informations recueillies afin de dégager les caractéristiques d'un marché en termes d'opportunités/menaces, forces/faiblesses
- Lancer des produits dans le respect des délais préalablement établis
- Suivre et optimiser le déploiement des produits en proposant des actions correctrices face aux problèmes rencontrés
- Proposer des évolutions pour la gamme de produits suivie
- Assurer une veille économique, technologique et réglementaire pour se tenir informé des nouveautés et tendances du marché

Compétences mutualistes

Compétences mutualistes

- Connaître l'identité et les valeurs mutualistes (histoire, appartenance à l'ESS, acteurs, écosystème, facteurs de différenciation...)
- Valoriser la différenciation mutualiste auprès des adhérents/patients
- Connaître les types de produits, l'offre de services et l'organisation de la mutuelle
- Connaître les points clefs de la réglementation de la protection sociale

Compétences relationnelles

Compétences relationnelles

- Collaborer avec une grande diversité d'interlocuteurs au sein d'une même structure
- Développer un argumentaire, négocier des solutions

Compétences techniques

Compétences techniques

- Produire des expressions de besoins
- Participer à la conception de nouveaux produits

- Participer à la conception de nouveaux produits
- Analyser les résultats du produit sur le marché et les comparer aux objectifs
- Réaliser des analyses et synthétiser les données pour mener des actions adaptées
- Définir le(s) marché(s) et identifier les cibles
- Maîtriser les techniques de veille concurrentielle
- Identifier toutes les pistes d'amélioration continue via l'analyse des données (enquêtes, réclamations, ...)
- Coordonner et piloter des projets transversaux
- Communiquer clairement sur des résultats chiffrés et produire des recommandations sur cette base

Compétences transversales

Compétences transversales

- Organiser et prioriser son activité en autonomie en utilisant les marges de manœuvre accordées
- Suivre et évaluer les résultats des actions et services mis en œuvre
- Élaborer et suivre un budget
- Savoir travailler en mode projet
- Utiliser de manière experte les applicatifs informatiques spécifiques au métier

Devenir Chef de produit

- Formation de niveau Bac +5 : master 2 en marketing, master spécialisé d'une école de commerce

MOBILITE PROFESSIONNELLE

Postes précédents

- Débutant

Evolutions professionnelles

- Chargé d'études techniques
- Chargé de communication
- Chargé de développement RH
- Chargé de marketing opérationnel
- Responsable marketing

Proximité des métiers

MÉTIER DE BASE

Chef de produit

PROXIMITÉ PROCHE

PROXIMITÉ LOINTAINE

Chargé de marketing opérationnel

Responsable marketing

PROXIMITÉ ÉLOIGNÉE

Chargé d'études techniques

Chargé de communication

Chargé de développement RH