



Chef(fe) de produit

Appellations voisines : Chef de marque, Gestionnaire de produit, Responsable ou Spécialiste produit, Chef de produit webmarketing



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chef de produit travaille sous la responsabilité du responsable marketing, du chef de groupe de produits ou du directeur marketing.

En interne, il travaille en relation avec tous les services (éditorial, commercial, communication et promotion), impliquant des temps de coordination et de concertation. À l'externe, il travaille en relation avec différents prestataires (agences de publicité, fournisseurs, influenceurs, etc.).



MISSIONS

Le chef de produit est responsable de la gestion marketing et du développement d'un ouvrage. En particulier, il :

- participe à l'élaboration du plan marketing annuel multi-canal ;
- assure le lancement et l'animation du produit ;
- réalise des études de marché et des analyses de performance ;
- assure une veille concurrentielle ;
- gère le budget du plan d'action marketing ;
- recommande, suit et contrôle les actions commerciales et promotionnelles.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chef de produit peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité, d'assistant marketing jusqu'à directeur marketing en passant par responsable de produit, chef de groupe, chef de marque, responsable marketing.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- développer et gérer les partenariats avec les influenceurs, sites et autres supports en lien avec la thématique des produits ;
- être soutien opérationnel sur les salons et divers événements.



Chef(fe) de produit

Appellations voisines : Chef de marque, Gestionnaire de produit, Responsable ou Spécialiste produit, Chef de produit webmarketing



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Concevoir, mettre en œuvre et suivre des actions marketing multi-canal
- Collecter et analyser des données et des informations
- Adapter les stratégies de lancement selon les types et spécificités du produit à promouvoir et les canaux promotionnels (radio, TV, presse, plateformes)
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Analyser les effets d'une stratégie marketing
- Assurer une veille artistique
- Rédiger des contenus marketing (argumentaires, newsletters, communiqués, fiches produits)
- Gérer et respecter un budget
- Être à l'écoute des tendances du marché
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées, le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Enjeux marketing et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Marché de l'édition de livres : chaîne de valeur, acteurs, tendances, typologies de lectorat
- Outils du marketing digital
- Outils d'analyse de marché

Compétences relationnelles :

- Bonne communication écrite et orale
- Diplomatie et sens du relationnel
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chef de produit est accessible après un cursus de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent, dans les domaines du marketing, du commerce, de l'économie et gestion, de l'édition, etc.

Expérience :

Le métier de chef de produit est accessible après une première expérience en stage ou en alternance. Une expérience de 2 à 4 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable marketing.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de promotion, Community manager**
- Par la formation : **Développeur d'audience**
- Par reconversion : **Chef de projets**