



Chef de Marques

PRÉREQUIS

Formation et expérience:

- Diplôme de 1er cycle en administration des affaires, spécialisation marketing ou tout autre diplôme équivalent
- Sept (7) années d'expérience en mise en marché, dans le commerce de détail dont au moins cinq (5) années d'expérience concrète où les principes et concepts de la gestion par catégorie et des « 4P » (produit, prix, promotion, positionnement) ont été utilisés
- Expérience dans les provinces canadiennes autre que le Québec
- Expérience en négociation

Compétences techniques:

- Bilinguisme (oral et écrit)
- Excellente maîtrise de la Suite Office, particulièrement Excel et Power Point
- Connaissance des vins un atout

Habilités recherchées:

- Bâtir des relations sur la valeur
- Savoir planifier
- Avoir une pensée stratégique et un esprit de synthèse
- Agir avec intégrité
- Être un communicateur hors pairs
- Être un leader mobilisateur, capable d'influencer ses pairs
- Être orienté client et résultats
- Faire preuve d'un degré élevé d'aptitudes relationnelles
- Habiletés financières
- Savoir gérer son temps et ses priorités
- Capacité à travailler sous pression
- Faire preuve de créativité et d'innovation

RESPONSABILITÉS

- Entretien des relations d'affaires harmonieuses et « value based » avec les fournisseurs sous sa responsabilité
- Élaborer les stratégies de développement long terme de son portfolio de marques, identifier des opportunités commerciales « gagnant-gagnant » quant au mix produits, aux prix, aux promotions, aux différents marchés et canaux (4P)
- Développer des plans d'affaires annuels, en étroite collaboration avec l'équipe des Ventes à travers le Canada, qui permettront d'atteindre les résultats attendus de ventes et de revenus tant du fournisseur que de VPD
- Présenter les plans stratégiques et annuels aux fournisseurs et les ajuster si requis
- S'assurer de la compréhension, de l'adhésion et de l'exécution des plans d'affaires annuels par l'équipe des Ventes et ce, dans toutes les provinces

- Mesurer les résultats de façon continue (révision mensuel avec les directeurs de ventes) et apporter les ajustements requis de manière à maximiser le retour sur investissements des marques sous sa responsabilité
- Maîtriser les politiques commerciales de tous les monopoles et marchés canadiens
- Identifier des concepts novateurs en matière de « branding », de promotions, d'événements, etc. susceptibles de soutenir la croissance des ventes de même que la profitabilité des marques sous sa responsabilité et voir à leur implantation
- Demeurer à l'affût des tendances de consommations émergentes, tant vinicoles que commerciales, dans le but d'identifier des opportunités de développement
- Assurer l'intégrité du catalogue produits VPD pour les produits de son portefeuille
- Respecter les échéanciers
- Gérer les ressources financières et matérielles mises à sa disposition pour la réalisation de son mandat dont les budgets marketing par marque
- Superviser, mobiliser et développer les ressources humaines sous sa responsabilité, le cas échéant

Merci de faire parvenir votre lettre de motivation et votre curriculum vitae à Lyne Labadie: lbadie@pdandurand.com.

Seuls les candidats retenus seront contactés. Références demandées.

Cordialement,

Lyne
Adjointe au Président Vins Philippe Dandurand Wines Inc lbadie@pdandurand.com.

Labadie