



L'agence Univins et Spiritueux est à la recherche

d'un(e) Chef de marque – National

Univins et Spiritueux est solidement implantée au Canada avec des ventes annuelles au détail de plus de 320 M\$ représentant près de 2 M de caisses vendues. Elle est l'agence numéro 1 au Québec et 10e au Canada. Engagée dans une croissance constante de ses ventes depuis ses débuts il y a plus de 25 ans, Univins et spiritueux cherche à s'adjoindre un représentant des ventes afin de poursuivre cette croissance. Univins et Spiritueux offre une culture entrepreneuriale, à croissance rapide, orientée sur les résultats et l'innovation.

Sommaire du poste

Sous la supervision de la Vice-présidente marketing et communications, les Chefs de marque sont responsables de planifier, d'élaborer et de coordonner toutes les étapes d'un projet marketing des producteurs qu'elles ont à leur charge, soit : l'analyse de marché et de la performance des produits et de ceux de la compétition, la recherche marketing, les plans de marque annuels, les projections des ventes ainsi que l'exécution des activités marketing (excluant les activités de commercialisation) au Québec, et l'administration des budgets des producteurs.

Les Chefs de marque sont le contact privilégié des producteurs au quotidien au sein de l'entreprise. Elles travaillent en concertation avec les Directeurs régionaux du Canada anglais en leur communiquant les plans et les priorités des marques dans leur portefeuille, les ententes commerciales et les budgets mis à la disposition des provinces.

Le poste est basé au siège social à Montréal.

Principales responsabilités

1. Suit, analyse et mesure les performances des produits, par segment de marché, de façon continue et soumet des recommandations lors de la révision mensuelle des résultats. Apporte les ajustements requis afin de maximiser le potentiel de ventes, le retour sur investissement et s'assure de l'atteinte des objectifs considérant les tendances du marché;
2. Effectue une veille du marché et s'assure d'être à l'affût des nouvelles tendances marketing ou promotionnelles relativement aux marques de son portefeuille et de la compétition;
3. Élabore les plans annuels de marque, dans un esprit de créativité et d'innovation, afin d'atteindre et de surpasser les objectifs annuels des ventes et de profitabilité pour chacune des marques sous sa responsabilité;
4. Collige, analyse et interprète les résultats de l'année en cours afin de préparer les projections des ventes qui seront soumises à l'équipe budgétaire dont elle fait partie (vice-président ventes, vice-présidente marketing et communication, directeurs régionaux) pour le budget des producteurs à sa charge et l'entreprise;
5. Exécute les stratégies de marketing/communication des produits sous sa responsabilité au Québec et assure que les activités marketing/communication hors Québec respectent la stratégie de la marque;
6. Est responsable de la gestion de l'équilibre du budget promotionnel des producteurs à sa charge et optimise les investissements des producteurs ainsi que le budget de l'entreprise;
7. Pour le Québec, planifie la stratégie de commercialisation et de marketing des produits (RA, AC) auprès de la SAQ et des restaurateurs en accord avec les objectifs de ventes et du développement des affaires; délègue l'exécution de la stratégie au chef de la commercialisation;
8. Est responsable de la qualité de la relation d'affaires des producteurs et gère les attentes entre le plan de la marque et celui du producteur;
9. Prépare les revues d'affaires pour chacun des producteurs, ainsi qu'une analyse mensuelle des performances de chacune des marques sous sa responsabilité;
10. Travaille en étroite collaboration avec le département de Gestion Commerciale pour assurer le suivi des stocks de son portefeuille;
11. Analyse les catégories et fait des propositions de positionnement de prix de façon à optimiser les revenus des producteurs, maximiser le potentiel de ventes et assurer la profitabilité attendue des producteurs;

12. Gère les appels d'offres réguliers de la SAQ et les propositions de gré-en-gré selon le plan de la marque;
13. Supporte les directeurs régionaux (Canada anglais) dans l'identification des produits répondant aux appels d'offres des monopoles et chaînes dans l'ensemble des marchés (les directeurs régionaux sont responsables de compléter les appels d'offres dans leurs marchés respectifs et selon les plans de la marque);
14. Supporte les directeurs régionaux du Canada anglais dans la planification de la stratégie de commercialisation et de marketing des produits auprès des monopoles, des chaînes et des restaurateurs en accord avec les objectifs de ventes et de développement des affaires;
15. Communique les changements ou les différentes interventions concernant ses marques tels que changement de prix, changement d'habillage etc.;
16. Planifie, en accord avec l'équipe de direction, les visites des fournisseurs qui sont sous sa responsabilité et s'assure que les responsables de la visite optimisent la présence du producteur lors de son séjour;
17. Participe aux salons des vins ou autres événements lorsque requis, et accompagne les fournisseurs occasionnellement lors de leurs visites;
18. Participe à l'élaboration de la recherche marketing et est responsable de son exécution, l'analyse et l'interprétation;
19. Effectue toute autre tâche connexe qui lui est assignée.

Formation et expérience requise

1. Diplôme universitaire de premier cycle en marketing (B.A.A.)
2. Une expérience de 5 à 7 ans dans le domaine des vins et spiritueux ou des boissons alcooliques, dont un minimum de 3 à titre de directeur de comptes
3. Parfaitement bilingue (écrit et parlé) anglais et français : une troisième langue est un atout certain (italien ou espagnol)
4. Maîtrise des outils informatiques de niveau intermédiaire de la Suite Office (Word, Excel, PowerPoint)

Aptitudes et habilités particulières du poste

1. Sens très fort du service à la clientèle
2. Sens de l'initiative, autonomie et professionnalisme

3. Capacité à traduire des concepts stratégiques en tactiques
4. Rigueur et sens de l'organisation indispensables
5. Souci du détail
6. Orienté vers les résultats
7. Capable de gérer plusieurs comptes et projets simultanément
8. Adaptabilité, flexibilité, dynamisme
9. Esprit d'équipe et sens de l'entregent développé

SVP faire parvenir une lettre de présentation ainsi que votre curriculum vitae d'ici le vendredi 20 avril prochain à **Geneviève Belec**, rh@univins.ca.

Nous remercions tous les postulants, toutefois seuls ceux retenus pour une entrevue seront contactés.

Geneviève Belec
CRHA | Directrice des ressources humaines
Univins et Spiritueux