



Chef de Produits

(H/F)



Expert en « tendances », le chef de produit est le spécialiste du lancement de nouveaux produits sur le marché, depuis la conception jusqu'à la livraison dans les circuits commerciaux.

À la loupe !

MISSIONS

Le **Chef de produits** est à la manœuvre lors de la conception de chaque nouvelle collection, gamme de produits ou de services. Il analyse la cible, les tendances du marché, puis mène son travail de développement produits en cohérence avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise. Il peut également être amené à coordonner une équipe.

AU QUOTIDIEN

A quoi ressemblent les journées d'un chef de produits ?

Ce métier s'exerce en relation avec différents services (production, commercial, marketing, recherche et développement...) et implique des déplacements fréquents.

ON L'APPELLE AUSSI ...

- Responsable de produit
- Chef de produit à l'international
- Assistant chef de marché

QUELLES FORMATIONS POUR QUELS DIPLÔMES ?

Il y a plusieurs profils de chef de produits selon le parcours suivi :

• **Formation commerciale** (école de commerce ou de management de la mode)

• **Formation en métiers de la mode**, complétée par un cursus en marketing

• **École d'ingénieur spécialisée**, complétée par un cursus en marketing

QUELS DIPLÔMES ?

- > Ingénieur - Cuir
- > Ingénieur - Textile
- > Ingénieur - Textiles Techniques et Fonctionnels
- > Licence Pro - Gestion et développement des produits de la Mode
- > Licence Pro - Industries de la Mode
- > Licence Pro - Métiers de la Mode : développement de produits et management de la production
- > Master spé - Mode et Création
- > Bachelor - Marketing de la Mode et du Luxe
- > Chef de produits - Textiles
- > Manager - Développeur - Produits de la mode et de l'habillement
- > Marketing International - Produits de mode

QUELLES COMPÉTENCES ?

Récapitulatif des savoir-faire et savoir-être essentiels avant de se lancer...

Il est capable de

- ... Élaborer un plan de collection
- ... Analyser les besoins des clients et identifier une tendance, un style
- ... Réaliser une veille de marché et concurrentielle
- ... Proposer des nouveaux produits ou des améliorations de produits existants
- ... Rédiger un cahier des charges technique
- ... Identifier et sélectionner des fournisseurs et des sous-traitants
- ... Établir un budget prévisionnel et définir la tarification des produits
- ... Élaborer un plan marketing en développant et contrôlant l'image de marque
- ... Concevoir et mettre en œuvre des supports de communication
- ... Organiser un lancement de produit
- ... Coordonner les différents acteurs internes et externes impliqués dans un processus
- ... Définir un argumentaire produit pour expliquer une collection et former la force de vente
- ... Communiquer en situation professionnelle dans une langue étrangère

Il sait aussi

- ... Prendre en charge son activité en toute autonomie
- ... Animer une équipe, un groupe de travail
- ... Être force de proposition, démontrer son esprit d'initiative et sa curiosité
- ... Faire preuve de réactivité et d'efficacité face à des situations imprévues ou stressantes
- ... Réaliser des tâches en suivant les règles et procédures avec rigueur et exactitude, jusqu'à leur achèvement complet
- ... Contribuer à une production commune à partir d'outils de travail collaboratifs
- ... Rendre compte oralement et/ou par écrit de son travail
- ... Partager information et bonnes pratiques en adaptant sa communication (style, contenu...) à ses interlocuteurs et à la situation