

CHEF DE PRODUIT MARKETING



>> DÉFINITION DU MÉTIER

Le chef de produit marketing **développe** une offre de produits et / ou services associés au transport aérien et aux services aéroportuaires et lance de **nouvelles offres** de produits et / ou services à partir d'une analyse du marché.

>> EXEMPLES D'APPELLATIONS

Responsable Recherche et Développement, Responsable de projets produits et services, chargé de développement, chargé de produits, chargé d'études marketing...

>> PRINCIPALES ACTIVITÉS ¹

- **Veille technique, technologique et concurrentielle**
 - Recherche, recueil et exploitation d'informations sur les nouveaux produits et services associés au transport aérien et aux services aéroportuaires
 - Recherche, recueil et exploitation d'informations sur les évolutions technologiques et les évolutions des pratiques de marketing
- **Réalisation d'études de marché et d'études prospectives associés au transport aérien et aux services aéroportuaires**
 - Pilotage de prestations ou d'études de marché réalisées par des tiers ou à l'interne
 - Réalisation d'études de tendance permettant d'anticiper les orientations du marché du transport aérien et des services aéroportuaires : évolution des pratiques et comportements d'achat en matière de transport aérien, évolution de la typologie des clients des compagnies aériennes et des aéroports...
 - Réalisation d'études de marché permettant de préparer l'évolution des produits et services proposés par l'entreprise

1. En fonction de l'organisation de l'entreprise, les professionnels exercent tout ou partie des activités mentionnées et mobilisent les compétences et connaissances afférentes



CHEF DE PRODUIT MARKETING

• Développement de nouveaux services et produits associés au transport aérien et aux services aéroportuaires

- Définition des caractéristiques et du positionnement des nouveaux produits et services à créer à partir des résultats des études conduites
- Définition de la stratégie et des outils de communication accompagnant le lancement et la promotion des produits et services associés au transport aérien ou à l'activité aéroportuaire

• Accompagnement de la commercialisation et la promotion des produits et services tout au long de leur cycle de vie

- Réalisation de plans d'action marketing
- Sollicitation des différents services concernés par la commercialisation des produits ou des services : service communication, service commercialisation...
- Formulation de propositions en vue d'alimenter le plan de communication portant sur les produits et services à promouvoir
- Accompagnement à la réalisation d'outils d'aide à la vente pour les professionnels chargés de la promotion et de la vente des produits et services : fiches techniques, argumentaires...

• Suivi des budgets marketing

- Elaboration des budgets annuels par produit ou service
- Suivi de l'utilisation des budgets et des frais engendrés par la commercialisation des produits et services
- Réajustements budgétaires en cours d'année

• Communication

- Echanges d'informations avec les services intervenant dans la commercialisation et la promotion des produits et services

PRINCIPAUX SAVOIR-FAIRE

- Identifier les **facteurs** susceptibles d'avoir un **impact** sur les **comportements d'achat des passagers ou clients** dans le domaine du transport aérien et des services associés
- **Synthétiser et analyser** des informations de différentes natures en vue de dégager les **caractéristiques des marchés** dans le domaine du transport aérien et des services associés et **d'anticiper leurs tendances**
- **Analyser les contraintes techniques, économiques et commerciales** liées à la **mise en place** ou au **réajustement** d'un service ou d'un produit dans le domaine du transport aérien et des services associés en faisant appel à différents services : service exploitation, service commercial, service juridique...
- **Décliner la stratégie marketing** accompagnant le lancement d'un produit ou d'un service dans le domaine du transport aérien et des services associés
- **Construire les outils et conduire les équipes projet** nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie marketing et au respect des différentes contraintes
- Identifier les **améliorations** à apporter aux produits et services offerts à partir d'une **analyse des résultats** obtenus
- **Négocier et piloter des études marketing** avec des consultants ou un service d'études interne
- **Communiquer** en français et en anglais avec différents profils de **professionnels** au sein et en dehors de l'entreprise

DOMAINES DE CONNAISSANCES

- Environnement du transport aérien et chaîne de services dans le transport aérien et des services associés
- Contraintes techniques, économiques et commerciales de l'activité aérienne et des services associés
- Réglementations applicables au transport aérien
- Techniques de Marketing
- Techniques de communication
- Bases de données clients et systèmes informatiques associés
- Anglais



CONDITIONS D'ACCÈS AU MÉTIER

- En fonction des entreprises et de la nature des emplois occupés, différents niveaux de maîtrise de l'anglais peuvent être requis.
- Spécificités du métier.
- Dans certaines organisations, les chefs de produit marketing sont assistés de chargés d'études qui réalisent les études récurrentes ou ad hoc leur permettant d'orienter leurs activités. Une expertise dans l'analyse de bases de données (« data-mining ²») peut être requise.

EXEMPLES DE DIPLÔMES EN LIEN AVEC LE MÉTIER ³

■ Master marketing, économie,
■ Diplôme d'école de commerce...

PASSERELLES ET ÉVOLUTIONS POSSIBLES

En fonction des profils et des projets des professionnels, des évolutions sont possibles au sein du métier et des passerelles en direction de différents métiers de l'aérien sont envisageables.

² . Exploration de données

³ . Ces diplômes sont appréciés mais ne sont pas requis pour une entrée dans le métier. Ils sont accessibles par la formation initiale, par la formation continue, ou par Validation des Acquis de l'Expérience.