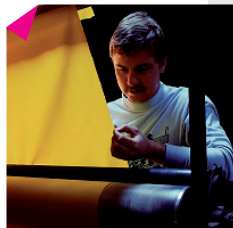


Acheteur
 Assistant(e) commercial(e)
 Chef de produit
 Hôte(esse) showroom
 Technico-commercial(e)



Fiche métier

Chef de produit

Environnement métier

Intitulé du métier

Chef de produit.

Définition ou description synthétique du métier

- > Exerce son activité dans le domaine des achats.
- > Élabore en amont la collection des produits en partenariat avec les fabricants.
- > Participe au développement des ventes en appui du commercial.
- > Est amené(e) à travailler avec les ingénieurs et les stylistes.
- > Peut se positionner entre la famille de la création/conception et celle de la recherche et développement.
- > Est amené(e) à travailler en interne et en externe.

Accès au métier

- > Diplôme, certification ou habilitation, requis ou recherchés : le segment de marché concerné peut conditionner l'accès au métier : une formation commerciale, type BTS, école spécialisée dans la formation de chefs de produit textile de niveau 2 ou école de commerce, est recherchée pour les segments grand public/moyenne gamme, alors que les profils plus créatifs (styliste, architecte d'intérieur) sont recherchés pour le haut de gamme.
- > Expérience : dans les deux cas, un parcours commercial est un atout pour exercer le métier de chef de produit.

Conditions de travail

- > En amont, est constamment en relation avec les fabricants, chez lesquels il/elle se déplace fréquemment.
- > En aval, est en relation avec les clients, chez lesquels il/elle peut éventuellement se déplacer pour apporter un appui technique.

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

- > En interne, est en relation avec les technico-commerciaux.
- > À l'externe, est en relation avec les stylistes des fabricants, et les clients.

Environnement de travail

- > Appartient à l'équipe commerciale de l'entreprise, et il/elle coordonne la dynamique commerciale autour des collections.

Activités communes regroupées par domaines d'activités

Analyse du produit

- > **Analyser les ventes** réalisées sur la précédente collection par styles ou gammes de produits (exemple : imprimé, mousseline, structuré, uni,...) pour affiner la collection.

Commercial

Commercial

Chef de produit

Création - constitution de la collection

- > **Repérer les tendances** de motifs, de coloris grâce aux visites des salons spécialisés, à la lecture de la presse spécialisée, aux cahiers de tendances des clients, et aux remontées des clients et des commerciaux.
- > **Définir une stratégie d'image.**
- > **Constituer la collection :**
 - Sélectionner des produits chez les fabricants (référencer),
 - Elaborer des produits (exclusivités) en collaboration avec les stylistes des fabricants, les imprimeurs et coloristes le cas échéant,
 - Ou développer ses propres modèles en interne en collaboration avec son propre bureau de style.
- > **Proposer des solutions techniques** (choix du support textile, des couleurs,...) et créatives pour répondre aux demandes des clients.
- > **Créer la nomenclature** des produits dans le système informatique (nom du produit, code, gamme).
- > **Apposer la charte graphique** de la marque ou celle du client (packaging client).
- > **Concevoir les catalogues** de présentation des produits.

Echantillonnage & essais de teinture et d'impression

- > **Commander le métrage** de tissu suffisant auprès des fabricants pour réaliser les échantillons.
- > **Assurer la réception** des rouleaux de tissu auprès de l'échantillonneur (à l'interne ou à l'externe si l'échantillonnage est sous-traité).
- > **Réaliser le tableau** des caractéristiques d'échantillonnage à respecter (caractéristiques produits, de découpe, ordre de présentation des coloris, présence d'un surjetage, quantité,...).
- > **Ajuster l'échantillonnage** de la collection en fonction des remontées terrain des commerciaux.
- > **Faire réaliser des essais** de teintures, d'impression auprès des prestataires pour valider des motifs ou des couleurs.
- > **Faire réaliser des contrôles qualité** sur certaines matières en test.

Commercial

- > **Présenter et promouvoir** la collection auprès de l'équipe des commerciaux (exclusifs et VRP multicartes) et des agents qui vendent la collection à l'étranger.
- > **Proposer et tester** des nouveautés avec les commerciaux.
- > **Suivre les ventes** réalisées par gammes de produits.
- > **Visiter** éventuellement les clients pour tester la collection.
- > **Mettre en place des opérations promotionnelles** sur les produits ou des offres spécifiques pour certains clients.
- > **Proposer aux clients les nouveautés.**

Appui technique

- > Développer pour les commerciaux les caractéristiques techniques du produit.
- > **Apporter des solutions techniques** aux clients pour des utilisations particulières.
- > **Coordonner la mise en œuvre** des chantiers le cas échéant.

Activités complémentaires

- > Négociation des marques et appellations en relation avec les acheteurs des centrales d'achat clientes.

Compétences

Savoirs théoriques

- > Connaissance des caractéristiques techniques des produits : contextures, matières, qualités,...
- > Maîtrise d'une langue étrangère (anglais principalement, niveau professionnel) pour assurer la relation avec les fournisseurs étrangers.

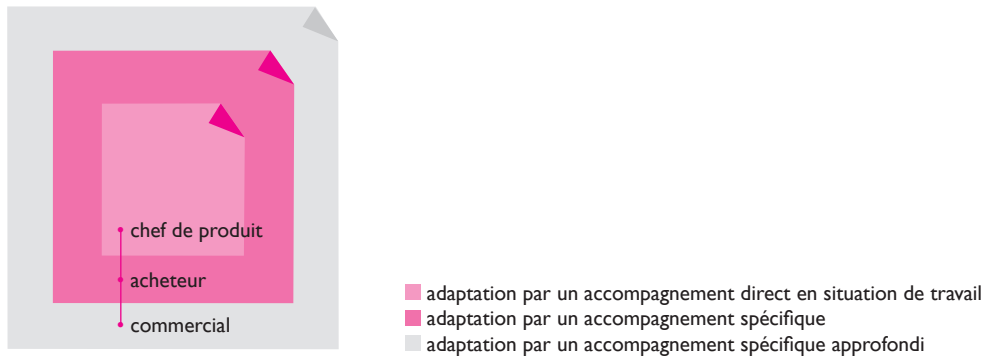
Savoir-faire

- > Observer, être à l'affût des tendances de styles (salons, presse spécialisée, contacts avec les professionnels du secteur,...).
- > Suivre les nouveaux procédés de fabrication, de confection, d'impression, les nouvelles technologies, les normes éthiques ou environnementales.
- > Être à l'écoute du marché, de la concurrence.
- > Connaître les domaines de compétences des fournisseurs (quel fournisseur pour quel produit).
- > Élaborer des tarifications.
- > Maîtriser les outils bureautiques et les logiciels de gestion de stocks.

Compétences relationnelles et aptitudes

- > Relationnel avec les fournisseurs.
- > Relationnel avec les confrères et les fabricants pour échanger sur les tendances.
- > Relationnel avec les commerciaux pour recueillir des informations sur la collection.
- > Réactivité.

Passerelles de mobilité



Perspectives et facteurs d'évolution du métier

- > Dans le tissu d'ameublement, les départs à la retraite des tapissiers décorateurs traditionnels modifient la typologie de la clientèle, moins spécialiste du produit, ce qui nécessite pour le/la chef de produit une plus grande proximité terrain et technique. Ils/elles sont amené(e)s à accompagner davantage les commerciaux, pour assurer le support technique du produit.
- > D'autre part, certains grossistes s'orientent vers un produit fini pour répondre aux demandes des clients, ce qui impacte le métier de chef de produit, amené à travailler autant sur du tissu au mètre que sur du produit confectionné dans certaines entreprises.
- > Du fait de son positionnement, il/elle peut être amené(e) à développer telle ou telle partie de ses compétences en fonction de la spécificité de l'entreprise dans laquelle il/elle travaille.