

16 mai 2017

Poste : Spécialiste marketing - Confirmé- Region Est du canada ; CC02, SG06

SE RAPPORTERA AU : Tony Sohal, Vice-Président- Amélioration des affaires

LIEU: À déterminer

FONCTION :

Grâce à de grandes compétences fonctionnelles en marketing, il met en œuvre la stratégie marketing pour une gamme de produits ou une zone géographique identifiée. Travaille avec des équipes multiculturelles afin d'atteindre et de surpasser les objectifs commerciaux.

RESPONSABILITÉS :

- Dirige le développement des plans marketing en préparant des études de marché et des analyses de prix, et en interprétant des données en vue de la discussion avec les responsables marketing.
- Travaille avec les dirigeants pour développer des plans de communication marketing ; prépare des ébauches de communication marketing.
- Dirige un soutien à la gestion des projets et communique les plans, échéances et réalisations aux leaders marketing ; travail avec les équipes marketing de toutes les régions afin d'exécuter les projets.
- Participe en tant que représentant du marketing dans les équipes d'Introduction des offres exceptionnelles (Value Package Introduction).
- Apprend la stratégie globale de la marque et la façon d'aligner les produits de travail avec cette stratégie.
- Documente et comprend les systèmes et processus pertinents du marketing et de la vente ; recueille et interprète les données relatives à la satisfaction client ; intègre la voix du client dans les plans marketing.
- Apprend le réseau pertinent pour soutenir les activités.
- Prend part à des activités d'amélioration continue en tant que représentant de la fonction marketing.
- Encadre les spécialistes en marketing moins expérimentés.

APTITUDES/COMPÉTENCES :

- Bilingue Français et Anglais écrit et parlé
- Attention au détail : Fait attention à tous les détails de ce qui est communiqué par écrit, à l'oral ou sous forme de présentation. Double vérification pour s'assurer que toutes les étapes ont été effectuées. Capable de diviser les exigences au niveau de la tâche pour en permettre la satisfaction. Fournit des informations sous une forme utilisable et en temps opportun à des tiers qui en ont besoin pour agir. Tient à jour une liste de contrôle, un calendrier, etc. pour faire en sorte que les petits détails ne sont pas omis.
- Communication écrite et orale (écrite et orale) : Exprime efficacement des messages et des idées de façon claire, organisée et pertinente pour un public varié. Développe des communications organisées, complètes et convaincantes. Transmet clairement et de façon concise des pensées et des idées concernant un sujet. Capacité à communiquer sans augmenter la responsabilité de l'employé ou de l'employeur. Capacité à communiquer efficacement à différents niveaux de l'organisation. Capacité à utiliser les outils de communication appropriés selon ses besoins (WebEx, SameTime, vidéoconférence, téléconférence, Visio, MS Project, etc.).

- Développer des systèmes et des processus : Identifie et met en œuvre des processus et des procédures efficaces pour accomplir son travail.
- Mettre l'accent sur les besoins de la clientèle : Anticipe les besoins des clients. Entrepren des actions pour répondre aux besoins des clients. Recherche perpétuellement des moyens d'améliorer la satisfaction des clients. Connaît bien les informations vitales concernant les clients, qui permettent de prendre des décisions commerciales éclairées.
- Analyser les problèmes : Réunit systématiquement des informations pertinentes ; considère un large éventail de problèmes ou de facteurs ; Saisit les complexités et perçoit les relations parmi les problèmes ; demande l'avis d'autres personnes ; utilise une logique précise dans le cadre des analyses.
- Gérer l'exécution : Affecte des responsabilités ; délègue et autorise d'autres personnes ; supprime des obstacles ; permet et contribue aux ressources nécessaires ; coordonne les efforts de travail lorsque cela est nécessaire ; surveille la progression.
- Analyse du marché : Comprend comment générer ou obtenir les informations les plus critiques concernant le marché, qui permettent de mettre au point un plan produit/ligne de produit spécifique. Connaît la dynamique du marché, par exemple les tendances de croissance, les facteurs concurrentiels, réglementaires ou politiques au niveau micro-économique, qui permettent de mettre au point une stratégie produit. Utilisation des sources de données concernant le marché disponibles pour différents types de critères (par exemple, la rentabilité, les dispositions antitrust, la capacité) et présentation des données de manière à répondre le plus efficacement à la question concernée. Distiller les informations concernant le marché en résumés pertinents à l'aide des outils standard.
- Connaissance des produits : Connaît les produits et les gammes de produits Connaissance de la façon dont le produit fonctionne et de la source du produit, qu'il soit fabriqué, acheté comme un ensemble fini auprès d'un fournisseur extérieur à l'entreprise, ou qu'il ait subi une seconde transformation. Connaissance de la technologie utilisée dans les gammes de produits complémentaires et/ou concurrentes et les avantages/expositions inhérents.

FORMATIONS, DIPLOMES, CERTIFICATS:

- Un diplôme d'études supérieures, d'université ou un diplôme équivalent en ressources humaines, en affaires ou dans un domaine apparenté est requis.

EXPÉRIENCE :

Niveau intermédiaire d'expérience professionnelle demandé.

Une recherche externe est menée simultanément Pour toute question ou si le poste vous intéresse, nous vous prions de communiquer avec Françoise Kifumbi francoise.kifumbi@cummins.com avant le 23 mai 2017.

Nous appliquons les principes de l'égalité des chances.