Chef·fe de produit marketing

Mission

Le/la chef·fe de produit marketing a en charge une ligne de produits et de services et se charge de les développer afin d'améliorer le suivi et la fidélisation des clients d'une compagnie aérienne.

Pour ce faire, il/elle doit développer une connaissance approfondie de son secteur (produits et services, comportement d'achat et typologie des différents clients).

Ses différentes analyses l'amènent à ajuster ou à lancer de nouvelles lignes de produits adaptées à la typologie des différents clients d'une compagnie aérienne.

Activités

- 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.
- Réalisation d'études sur les évolutions des pratiques et comportements d'achat en matière de transport aérien, permettant de préparer l'évolution des produits et services proposés par l'entreprise
- Développement de nouveaux services et produits associés au transport aérien et aux services aéroportuaires : Réalisation de plans d'action marketing
- Suivi des budgets marketing
- Echanges d'informations avec les services intervenant dans la commercialisation et la promotion des produits et services

Compétences & Qualités

- Pratique courante de l'anglais (écrit et oral)
- Esprit d'analyse, de synthèse et d'organisation
- Etre curieux et ouvert d'esprit
- Créativité et capacité d'innovation
- Rigueur et capacité d'organisation dans son travail
- Bonne aisance relationnelle et aptitude à travailler en équipe
- Excellente maîtrise des outils digitaux et du Pack Office

Conditions d'exercice

Le/la chef·fe de produit travaille au siège d'une compagnie aérienne en horaires administratifs en étroite collaboration avec de nombreux départements de l'entreprise afin d'avoir une remontée d'information sur les attentes et les besoins de la clientèle. Il/elle assure en permanence une veille concurrentielle afin d'analyser le marché des produits et services qu'il a en charge ainsi que son évolution et l'activité de la concurrence.

Formation

Diplôme de niveau Bac + 5, Ecole de Commerce ou Master universitaire spécialisé.

Évolution

Le/la chef de produit marketing peut évoluer vers d'autres métiers de la direction Marketing et Réseau (Programme, Marketing…): Chef·fe de projet Web et Webmarketing - Concepteur·rice numérique - Chef·fe de produit digital - Directeur·rice des systèmes d'information ou vers d'autres directions de la compagnie (Escale, Commercial, Fret…)

Accès à l'emploi

Postulez auprès des compagnies aériennes