



UNIVERS

ACHATS ET COMMERCIALISATION

Acheteur(euse) des matières premières

Analyse, prospecte et sélectionne les fournisseurs, producteurs et viticulteurs en fonction des impératifs de qualité, de coûts, de délais, de quantité et négocie et contractualise les conditions d'achat et d'approvisionnement des matières premières nécessaires à l'entreprise et à son fonctionnement dans le respect de la politique commerciale.

Fiche(s) ROME de référence

M1101 : Achats

Autres appellations

- Négociateur(trice) / Négociant(e) de matières premières
- Responsable des achats

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) est rattaché(e) au service logistique ou au service des achats selon l'organisation des entreprise. Il (elle) gère l'interface avec les fournisseurs et assure leur sélection.

Conditions d'exercice

- > Travail isolé
- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 6 (Licence, Licence professionnelle) ou de niveau 7 (Master) dans le domaine des achats, et de la négociation commerciale est souhaitée.

Une expérience dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, jus de fruits ou de légumes, sirops) est exigée.

L'accès au métier d'acheteur(euse) de matières premières peut également se faire par l'intermédiaire d'une évolution interne, à partir notamment du métier d'approvisionneur ou du métier d'acheteur de matières sèches, consommables, équipements et prestations de services.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Développement et entretien d'un réseau de fournisseurs
- > Négociation et suivi de l'exécution de contrats d'achats de matières premières
- > Recueil et synthèse des indicateurs de l'activité « Achat »
- > Veille sur les évolutions réglementaires et organisationnelles relatives aux processus d'achat
- > Conduite d'actions d'amélioration de l'activité « Achat »
- > Conduite de projets avec des fournisseurs ou des partenaires

Compétences requises

- > Prospecter et gérer ses relations avec les fournisseurs dans le respect de la stratégie de l'entreprise et de ses besoins
- > Conduire des négociations avec les fournisseurs et veiller à l'exécution du contrat établi
- > Analyser les indicateurs de l'activité « Achat »
- > Rechercher et analyser les informations sur les évolutions réglementaires, organisationnelles et les besoins des clients finaux liés aux achats de matières premières
- > Mettre en œuvre des actions d'amélioration pour optimiser le pilotage de l'activité « Achat de matières premières »
- > Piloter des projets relatifs aux achats de matières premières au sein de l'entreprise et avec des partenaires

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation des entreprises, les missions dévolues à l'acheteur(euse) de matières premières peuvent varier en particulier si les entreprises disposent de réseaux de producteurs agricoles / viticoles en interne (cas dans les grandes maisons de Champagne par exemple) ou en externe.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Traiter et interpréter un flux important de données en mobilisant différents concepts, synthétiser les résultats de l'analyse pour orienter une prise de décision
- > **Résolution de problèmes** – Elaborer une démarche, une méthode de résolution de problèmes complexes dans un environnement complexe, nouveau ou en évolution
- > **Organisation et autonomie** – Organiser et prioriser son activité et celle de son équipe dans des environnements complexes, concevoir et organiser des processus de travail
- > **Innovation** – Proposer, de manière autonome et/ou dans le cadre d'une démarche collective, des pistes d'amélioration d'une activité ou d'un ensemble d'activités pouvant avoir des impacts sur des activités connexes
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans différentes situations connues et adapter ses manières d'apprendre à ses besoins et son environnement

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Exploiter les difficultés rencontrées ou les échecs subis par soi-même et/ou son équipe comme source de motivation supplémentaire
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Reconnaître les situations générant une tension personnelle et la mettre à distance afin de préserver ses capacités d'action dans différentes familles de situations connues, un contexte sous pression changeant
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Anticiper ses réponses et actions et/ou celle de son équipe face à des événements ou sollicitations susceptibles de survenir
- > **Rigueur et fiabilité** – Identifier dans des situations complexes, pour soi et son équipe, les risques de non-respect de la qualité, des engagements pris, des règles, méthodes et pratiques et mettre en œuvre des actions pour les éviter
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Saisir les opportunités qui se présentent pour faire évoluer ses pratiques et ses actions ainsi que celles de son équipe

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Expliciter oralement un raisonnement complexe en tenant compte des enjeux liés à l'interaction
- > **Communication écrite** – Utiliser et produire des textes élaborés, conformes aux exigences de son environnement
- > **Orientation client** – Analyser de manière globale les besoins et les attentes d'un client et élaborer une réponse adaptée
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différentes équipes, avec des experts dans un environnement complexe en faisant varier son rôle en fonction du contexte
- > **Influence et persuasion** – Développer et entretenir un réseau de relais d'influence utiles à son activité et réaliser une argumentation sur un sujet complexe, sensible à partir d'une analyse de positionnement des forces et des faiblesses des interlocuteurs
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Analyser les enjeux liés aux relations interpersonnelles dans un environnement complexe / interculturel et mettre en œuvre une action de médiation entre plusieurs personnes, dans le cadre d'un conflit

La rémunération

Non renseignée



Evolutions récentes du métier

- > Sécurisation des réseaux de producteurs / fournisseurs
- > Contractualisation accrue des relations entre les producteurs / fournisseurs (au détriment des achats en gré-à-gré établis ponctuellement)

Passerelles envisageables

- > Commercial(e)
- > Responsable commercial(e)

Acheteur(euse) matières sèches / consommables / services et achats industriels

Analyse, prospecte et sélectionne les fournisseurs, producteurs et viticulteurs en fonction des impératifs de qualité, de coûts, de délais, de quantité et négocie et contractualise les conditions d'achat et d'approvisionnement des matières premières nécessaires à l'entreprise et à son fonctionnement dans le respect de la politique commerciale.

Fiche(s) ROME de référence

M1101 : Achats

Autres appellations

- Négociateur(trice) de matières sèches

Positionnement dans l'entreprise

Rattaché(e) au service des achats ou au service logistique, il (elle) assure l'interface avec les fournisseurs et assure leur sélection.

Conditions d'exercice

- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 5 (BTS, DUT) ou de niveau 6 (Licence, Licence professionnelle) dans le domaine des achats et de la négociation commerciale est souhaitée.

L'accès au métier d'acheteur(euse) de matières sèches peut également se faire par l'intermédiaire d'une évolution professionnelle, à partir notamment du métier d'approvisionneur.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Développement et entretien d'un réseau de fournisseurs et/ou de prestataires
- > Négociation et suivi de l'exécution de contrats d'achats de matières sèches, consommables, équipements et services
- > Recueil et synthèse des indicateurs de l'activité « Achat »
- > Veille sur les évolutions réglementaires et organisationnelles relatives aux processus d'achat de matières sèches, de consommables, d'équipements et de services
- > Conduite d'actions d'amélioration de l'activité « Achat »

Compétences requises

- > Prospecter et gérer la relation aux fournisseurs et/ou de prestataires
- > Conduire des négociations avec les fournisseurs de matières sèches, de consommables et d'équipements et/ou avec les prestataires de service
- > Analyser et exploiter les indicateurs de l'activité « Achat »
- > Rechercher et analyser les informations sur les évolutions réglementaires, organisationnelles et les besoins des clients finaux liés aux achats de matières sèches, de consommables, d'équipements et de services
- > Mettre en œuvre des actions d'amélioration pour optimiser le pilotage de l'activité « Achat »

Variabilité du métier

L'acheteur(euse) matières sèches / consommables / services et achats industriels peut travailler en mode projet avec les équipes du marketing, de l'innovation et du développement pour faire évoluer les contenants, conditionnement et étiquettes.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Traiter et interpréter un flux important de données en mobilisant différents concepts, synthétiser les résultats de l'analyse pour orienter une prise de décision
- > **Résolution de problèmes** – Elaborer une démarche, une méthode de résolution de problèmes complexes dans un environnement complexe, nouveau ou en évolution
- > **Organisation et autonomie** – Organiser et prioriser son activité et celle de son équipe dans des environnements complexes, concevoir et organiser des processus de travail
- > **Innovation** – Proposer, de manière autonome et/ou dans le cadre d'une démarche collective, des pistes d'amélioration d'une activité ou d'un ensemble d'activités pouvant avoir des impacts sur des activités connexes
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans différentes situations connues et adapter ses manières d'apprendre à ses besoins et son environnement

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Exploiter les difficultés rencontrées ou les échecs subis par soi-même et/ou son équipe comme source de motivation supplémentaire
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Reconnaître les situations générant une tension personnelle et la mettre à distance afin de préserver ses capacités d'action dans différentes familles de situations connues, un contexte sous pression changeant
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Anticiper ses réponses et actions et/ou celle de son équipe face à des événements ou sollicitations susceptibles de survenir
- > **Rigueur et fiabilité** – Identifier dans des situations complexes, pour soi et son équipe, les risques de non-respect de la qualité, des engagements pris, des règles, méthodes et pratiques et mettre en œuvre des actions pour les éviter
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Saisir les opportunités qui se présentent pour faire évoluer ses pratiques et ses actions ainsi que celles de son équipe

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Expliciter oralement un raisonnement complexe en tenant compte des enjeux liés à l'interaction
- > **Communication écrite** – Utiliser et produire des textes élaborés, conformes aux exigences de son environnement
- > **Orientation client** – Analyser de manière globale les besoins et les attentes d'un client et élaborer une réponse adaptée
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différentes équipes, avec des experts dans un environnement complexe en faisant varier son rôle en fonction du contexte
- > **Influence et persuasion** – Adapter une argumentation, une explication, aux besoins et attentes de son interlocuteur et répondre à des objections dans un contexte connu et défini
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Analyser les enjeux liés aux relations interpersonnelles dans un environnement complexe / interculturel et mettre en œuvre une action de médiation entre plusieurs personnes, dans le cadre d'un conflit

La rémunération

Non renseignée



Evolutions récentes du métier

- > Evolutions des réglementations sur la confection et des étiquetages et étuis

Passerelles envisageables

- > Acheteur(euse) de matières premières
- > Commercial(e)
- > Responsable commercial(e)

Assistant(e) administration des ventes

Assure le traitement des commandes des clients, de leur enregistrement à la livraison des produits, le suivi des stocks ainsi que la gestion des relations avec les clients. Traite les demandes d'informations et les réclamations des clients en lien avec les autres services de l'entreprise et réalise le suivi administratif des commandes.

Fiche(s) ROME de référence

D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises

D1408 - Téléconseil et télévente

Autres appellations

- Conseiller(ère) clientèle
- Chargé(e) de relation clientèle
- Assistant(e) commercial(e)

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille en équipe au sein du service commercial / ventes sous la direction d'un(e) responsable commercial(e).

Conditions d'exercice

- > Travail en équipe
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 4 (Baccalauréat, Baccalauréat professionnel, Brevet professionnel) dans le domaine de la vente ou de la relation client est exigée.

Une connaissance ou expérience en rapport avec les produits commercialisés ou dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops jus de fruits) est souhaitée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Planification et suivi d'une activité de suivi de la relation client
- > Conseil aux clients professionnels
- > Gestion des commandes et des livraisons
- > Relation clients après-vente
- > Communication auprès des services de l'entreprise

Compétences requises

- > Organiser son activité et hiérarchiser ses tâches au quotidien
- > Accueillir et conseiller un client professionnel sur les conditions de vente ou de livraison des produits de l'entreprise en tenant compte de ses besoins
- > Assurer le suivi des commandes et des livraisons en jouant un rôle d'interface entre les acteurs concernés
- > Assurer une relation régulière auprès des clients et traiter leurs réclamations
- > Transmettre les informations relatives au suivi commercial auprès des différents services de l'entreprise

Variabilité du métier

En fonction de la spécificité des produits commercialisés par son entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops, jus de fruits), l'assistant(e) administration des ventes devra mettre en œuvre des procédures et des documents spécifiques concernant l'étiquetage, l'export et les douanes, etc. afin d'être en adéquation avec la réglementation.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Sélectionner et restituer les informations utiles à son activité et aux besoins de ses interlocuteurs, connecter des données de nature différente
- > **Résolution de problèmes** – Conduire une démarche de résolution de problème en recherchant et/ou adaptant des solutions existantes en tenant compte des impacts sur le processus / le système dans lequel on se situe
- > **Organisation et autonomie** – Adapter son organisation aux évolutions et exigences de la situation dans différentes familles de situations connues
- > **Innovation** – Proposer des évolutions de modes opératoires simples en vue d'améliorer les conditions de mise en œuvre, la qualité et/ou les performances de son activité
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Identifier et utiliser différentes manières d'apprendre courantes dans un environnement connu

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Identifier les effets des difficultés rencontrées ou des échecs subis sur son activité et sa motivation
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Reconnaître les situations générant une tension personnelle et la mettre à distance afin de préserver ses capacités d'action dans différentes familles de situations connues, un contexte sous pression changeant (rythme, délais, etc.)
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Adapter la nature et le délai de ses réponses aux événements et sollicitations imprévus dans différentes familles de situations connues
- > **Rigueur et fiabilité** – Adapter de manière continue son activité pour en respecter le cadre et les échéances et veiller à la qualité de ses interventions
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Sélectionner la ou les procédures / modes opératoires, définir les actions adapté(e)s aux situations et aléas courant(e)s lié(e)s à son activité et proposer des améliorations

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Adapter sa communication orale à des situations et interlocuteurs variés
- > **Communication écrite** – Rédiger et utiliser différents types de textes courants dans son activité professionnelle en adaptant son style au média utilisé
- > **Orientation client** – Analyser de manière globale les besoins et les attentes d'un client et élaborer une réponse adaptée
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec les membres de son équipe et les activités connexes en tenant compte des compétences, avis et contraintes de chacun
- > **Influence et persuasion** – Adapter une argumentation, une explication, aux besoins et attentes de son interlocuteur et répondre à des objections simples dans différentes familles de situations connues
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Adapter son comportement à différents types d'interlocuteurs. Traiter avec recul et dans un contexte simple les situations relationnelles délicates en utilisant des éléments objectivés

La rémunération

28.000€ à 35.000€ bruts par an

Fourchette indicative de salaire
Source : Offres d'emploi



Evolutions récentes du métier

- > Digitalisation de la relation client avec une réalisation des commandes / précommandes par les clients sur interfaces numériques au détriment du téléphone
- > Complexification des négociations avec les clients amont et aval / exigences accrues en lien avec les cahiers des charges

Passerelles envisageables

- > Commercial/e

Commercial(e)

Analyse le marché, développe les ventes de son secteur et/ou de sa zone ou de produits spécifiques dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise et du budget alloué, développe et fidélise son portefeuille en identifiant les acteurs et les opportunités de marché et en animant son réseau dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise et pilote des événements commerciaux dans son secteur ou sa zone (France, export, grands comptes, secteur, zone, etc.).

Fiche(s) ROME de référence

D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises

Autres appellations

- Technico-commercial(e)

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille en équipe au sein du service commercial / des ventes sous la direction d'un(e) responsable commercial.

Conditions d'exercice

- > Travail en équipe
- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 5 (BTS, DUT) ou de niveau 6 (Licence, Licence professionnelle) dans le domaine du commerce est exigée.

Une connaissance ou expérience en rapport avec les produits commercialisés ou dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops jus de fruits) est souhaitée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Planification et suivi de l'activité commerciale
- > Analyse du marché et du portefeuille de clients
- > Recueil des besoins des clients et des prospects et relation client (avant et après vente)
- > Elaboration et négociation d'offres commerciales
- > Conseil technique aux clients
- > Mise en œuvre de projets (événements commerciaux) dans le cadre d'une relation commerciale

Compétences requises

- > Organiser son activité commerciale en direction des clients
- > Analyser le marché et son portefeuille de clients
- > Analyser les caractéristiques d'un client et établir une relation de partenariat
- > Concevoir et négocier des offres commerciales globales
- > Apporter un conseil technique personnalisé à des clients dans le cadre des activités de conseil
- > Animer des groupes projet dans le cadre d'une relation commerciale

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation de son entreprise, le (la) commercial(e) gère ses activités avec plus ou moins d'autonomie sur :

- > Le périmètre de son intervention,
- > Le type de circuits ou segments de marché : GMS, caviste, export, qui induisent des modes opératoires différents,
- > La gestion du budget qui lui est alloué,
- > Sa marge de négociation,
- > Les projets ou événements commerciaux qu'il (elle) met en œuvre (organisation, pilotage des projets, coordination des différents interlocuteurs, suivi des étapes du plan d'action, etc.).

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Sélectionner et restituer les informations utiles à son activité et aux besoins de ses interlocuteurs, connecter des données de nature différente
- > **Résolution de problèmes** – Conduire une démarche de résolution de problème en recherchant et/ou adaptant des solutions existantes en tenant compte des impacts sur le processus / le système dans lequel on se situe
- > **Organisation et autonomie** – Adapter son organisation aux évolutions et exigences de la situation dans différentes familles de situations connues
- > **Innovation** – Proposer, de manière autonome et/ou dans le cadre d'une démarche collective, des pistes d'amélioration d'une activité ou d'un ensemble d'activités pouvant avoir des impacts sur des activités connexes
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des différentes familles de situations connues. Adapter ses manières d'apprendre à ses besoins et à son environnement

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Poursuivre ses objectifs et demeurer constant dans ses efforts indépendamment des difficultés rencontrées ou des échecs subis
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Anticiper et traiter les événements générateurs d'émotions négatives dans des situations complexes, de crise et/ou à forts enjeux
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Anticiper ses réponses et actions face à des événements ou sollicitations susceptibles de survenir
- > **Rigueur et fiabilité** – Adapter de manière continue son activité pour en respecter le cadre et les échéances et veiller à la qualité de ses interventions
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Saisir les opportunités qui se présentent pour faire évoluer ses pratiques et ses actions ainsi que celles de son équipe

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Expliciter oralement un raisonnement complexe en tenant compte des enjeux liés à l'interaction
- > **Communication écrite** – Rédiger et utiliser différents types de textes courants dans son activité professionnelle en adaptant son style au média utilisé
- > **Orientation client** – Elaborer une offre / solution complexe et adaptée à l'évolution des contraintes et de l'environnement du client
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec les membres de son équipe et les activités connexes en tenant compte des compétences, avis et contraintes de chacun
- > **Influence et persuasion** – Adapter une argumentation, une explication, aux besoins et attentes de son interlocuteur et répondre à des objections simples dans différentes familles de situations connues
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Adapter son comportement à différents types d'interlocuteurs. Traiter avec recul et dans un contexte simple les situations relationnelles délicates en utilisant des éléments objectivés

La rémunération

3.500€ bruts par mois, soit 28.000€ à 45.000€ bruts par an

Fourchette indicative de salaire
Source : Offres d'emploi



Evolutions récentes du métier

- > Développement de la négociation de contrats au détriment des pratiques d'achats de gré à gré
- > Digitalisation de la relation client avec une réalisation des commandes / précommandes par les clients sur interfaces numériques au détriment du téléphone
- > Complexification des négociations avec les clients amont et aval / exigences accrues en lien avec les cahiers des charges (clients agriculteurs / producteurs, profils d'acheteurs GMS, concentration des grossistes)

Passerelles envisageables

- > Responsable commercial(e)

Responsable commercial(e)

Définit et élabore la stratégie commerciale opérationnelle, détermine les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place pour un périmètre déterminé (entreprise, gamme de produits, marque, zone géographique, etc.). Coordonne et anime les réseaux et/ou équipes commerciales correspondant à ce périmètre.

Fiche(s) ROME de référence

M1707 - Stratégie commerciale

Autres appellations

- Responsable commercial(e) marque
- Responsable commercial(e) zone
- Directeur(trice) commercial(e)

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille au sein du service commercial / des ventes qu'il (elle) pilote.

Il (elle) encadre une équipe commerciale.

Conditions d'exercice

- > Travail en équipe
- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 6 (Licence) ou de niveau 7 (Master, IEP, école de commerce, école d'ingénieur, etc.) dans le domaine du commerce, du marketing ou en lien avec le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops jus de fruits) est exigée.

Une expérience préalable dans les domaines du management et de l'activité commerciale est exigée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Définition de la stratégie commerciale de son périmètre
- > Pilotage de l'activité commerciale de son périmètre
- > Management des équipes commerciales
- > Appui à la réalisation d'offres commerciales complexes
- > Communication auprès des différents services de l'entreprise, des clients et des interlocuteurs externes

Compétences requises

- > Elaborer la stratégie commerciale sur son périmètre à partir de la stratégie de l'entreprise et du portefeuille produits et des différents marchés
- > Piloter la mise en œuvre de la stratégie commerciale de son périmètre
- > Piloter la gestion des ressources humaines du service commercial
- > Elaborer et négocier une offre commerciale complexe
- > Communiquer auprès des différents services de l'entreprise, des clients et des interlocuteurs externes

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation et de la taille de son entreprise, le (la) responsable commercial(e) peut mettre en œuvre également les missions de responsable marketing.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Conduire une démarche d'analyse d'information dans un environnement élargi et incertain, en mobilisant des concepts complexes, en vue d'alimenter une prise de décision stratégique
- > **Résolution de problèmes** – Conceptualiser et projeter une démarche de résolution de problèmes tenant compte d'enjeux à court, moyen et long terme dans un environnement complexe, incertain, ambigu
- > **Organisation et autonomie** – Organiser et prioriser ses activités / celles de son équipe en tenant compte d'enjeux globaux, de problématiques scientifiques, sociales, éthiques / dans un environnement incertain
- > **Innovation** – Elaborer, de manière autonome et/ou avec des partenaires externes, des solutions, services, outils, process innovants et utiles au développement de l'activité sur un périmètre donné
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des environnements nouveaux, en forte évolution. Capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes. Proposer de nouvelles manières d'apprendre, pour soi et son équipe

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Anticiper les risques de démotivation pour soi-même et/ou son équipe dans des situations difficiles, des environnements complexes et mettre en place des stratégies pour les éviter
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Elaborer pour soi et pour les autres des stratégies individuelles et/ou collectives d'anticipation et de traitement des situations génératrices de tensions fortes ou de stress
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Elaborer des stratégies permettant d'aborder le changement dans un contexte incertain ou ambigu
- > **Rigueur et fiabilité** – Anticiper les risques de non-qualité, de non-respect des engagements pris et/ou des règles en vigueur du fait de l'évolution de l'environnement et élaborer des démarches individuelles et/ou collectives permettant de les traiter
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Anticiper les démarches, procédures, actions à mettre en place dans un environnement complexe et incertain pour faciliter la prise d'initiative et prendre des risques adaptés aux enjeux de l'activité

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Communiquer dans des situations délicates, à risque, des environnements incertains ou complexes
- > **Communication écrite** – Rédiger des analyses, des démonstrations complexes, répondant à un niveau d'exigence élevé
- > **Orientation client** – Mettre à la disposition du client des ressources lui permettant d'orienter son activité en se positionnant comme un partenaire clé
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différents interlocuteurs dans des domaines interdisciplinaires ou spécialisés, un contexte multiculturel, en tenant compte de dimensions stratégiques
- > **Influence et persuasion** – Développer, entretenir et mobiliser un réseau de relais d'influence composé d'experts, de décideurs, d'acteurs stratégiques. Mobiliser son expertise, sa légitimité lors d'un débat, une négociation dans un environnement complexe et ambigu / incertain
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Traiter des situations relationnelles difficiles dans un contexte à forts enjeux en faisant preuve d'objectivité et de diplomatie et en veillant à sauvegarder les relations entre les personnes

La rémunération

6.900€ bruts par mois, soit 90.000€ à 108.000€ bruts par an

Fourchette indicative de salaire

Source : Offres d'emploi



Evolutions récentes du métier

- > Développement de la négociation de contrats au détriment des pratiques d'achats de gré à gré
- > Digitalisation de la relation client avec une réalisation des commandes / précommandes par les clients sur interfaces numériques au détriment du téléphone
- > Complexification des négociations avec les clients amont et aval / exigences accrues en lien avec les cahiers des charges (clients agriculteurs / producteurs, profils d'acheteurs GMS, concentration des grossistes)
- > Développement d'activités de vente directe en ligne

Passerelles envisageables

- > Directeur(trice) de site
- > Directeur(trice) général(e)

Responsable œnotourisme / spiritourisme

Organise la promotion, la communication de l'entreprise et développe la commercialisation des produits de l'entreprise, organise l'accueil des clients, des visites (cave, espace dédié, vignoble), des dégustations et des opérations de vente des vins et différents produits sur place le cas échéant afin de fidéliser et attirer de nouveaux clients, organise et supervise des événements à destination des clients de l'entreprise (visites, repas) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et peut encadrer des équipes de vente au sein du caveau.

Fiche(s) ROME de référence

D1106 : Vente en alimentation

M1707 : Stratégie commerciale

G1102 : Promotion du tourisme local

Autres appellations

- Responsable caveau
- Responsable de visite / boutique

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille au sein de l'espace commercial (caveau, cave) sous la responsabilité d'un(e) responsable commercial et peut encadrer des équipes de vente

Conditions d'exercice

- > Forte variation de l'activité dans le temps;
- > Travail en équipe (fixes, tournantes)

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 5 (Brevet de technicien supérieur - BTS) ou de niveau 6 (Licence, Licence professionnelle) est exigée dans le domaine du commerce et/ou du tourisme ou dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops, jus de fruits).

Une connaissance préalable du type de boissons commercialisées (vins, spiritueux, cidres) est souhaitée.

Une expérience professionnelle est souhaitée dans le domaine de l'œnotourisme / du spiritourisme.

Une bonne maîtrise de l'anglais est exigée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Pilotage de l'activité de promotion et de communication de l'entreprise
- > Pilotage et déploiement de la commercialisation des produits de l'entreprise
- > Organisation des visites (cave, espace dédié, vignoble...), des dégustations et des opérations de vente des vins et différents produits sur place
- > Organisation et supervision d'évènements à destination des clients de l'entreprise
- > Suivi de l'activité commerciale et amélioration des méthodes
- > Communication auprès des différents services de l'entreprise, des clients et des interlocuteurs externes

Compétences requises

- > Piloter la mise en œuvre de la promotion et de la communication de l'entreprise dans le respect de la stratégie commerciale définie par l'entreprise
- > Développer la commercialisation des produits de l'entreprise en veillant à mettre en valeur chacun des produits
- > Organiser des visites (cave, espace dédié, vignoble, etc.), des dégustations et des opérations de vente des vins et différents produits sur place afin de fidéliser et d'attirer de nouveaux clients, en veillant à promouvoir les valeurs de l'entreprise et la qualité des produits
- > Organiser et superviser des évènements à destination des clients de l'entreprise (visites, repas, etc.) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- > Analyser et mesurer la performance des actions mises en œuvre dans le cadre de la communication et de la commercialisation des produits
- > Communiquer auprès des différents services de l'entreprise, des clients et des interlocuteurs externes

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation de son entreprise, le (la) responsable œnotourisme / spiritourisme peut organiser des évènements variés et des visites de lieux élargis (visite de la ville, du territoire, de sites touristiques).

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Traiter et interpréter un flux important de données en mobilisant différents concepts, synthétiser les résultats de l'analyse pour orienter une prise de décision
- > **Résolution de problèmes** – Elaborer une démarche / une méthode de résolution de problèmes complexes dans un environnement complexe, nouveau ou en évolution
- > **Organisation / autonomie** – Organiser et prioriser son activité / celle de son équipe dans des environnements complexes, concevoir et organiser des processus de travail
- > **Innovation** – Elaborer, de manière autonome et/ou avec des partenaires externes, des solutions, services, outils, process innovants et utiles au développement de l'activité sur un périmètre donné
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des environnements nouveaux, en forte évolution, capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes et proposer de nouvelles manières d'apprendre, pour soi et son équipe

Ressources sociales et relationnelles

- > **Communication orale** – Expliciter oralement un raisonnement complexe en tenant compte des enjeux liés à l'interaction
- > **Communication écrite** – Utiliser et produire des textes élaborés, conformes aux exigences de son environnement
- > **Orientation client** – Elaborer une offre / solution complexe et adaptée à l'évolution des contraintes et de l'environnement du client
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différentes équipes, avec des experts, dans un environnement complexe, en faisant varier son rôle en fonction du contexte
- > **Influence et persuasion** – Développer et entretenir un réseau de relais d'influence utiles à son activité et réaliser une argumentation sur un sujet complexe, sensible à partir d'une analyse de positionnement des forces et des faiblesses des interlocuteurs
- > **Gestion des relations interpersonnelles, des situations relationnelles délicates** – Analyser les enjeux liés aux relations interpersonnelles dans un environnement complexe / interculturel et mettre en œuvre une action de médiation entre plusieurs personnes, dans le cadre d'un conflit

Ressources personnelles

- > **Persévérance** – Exploiter les difficultés rencontrées ou les échecs subis par soi-même et/ou son équipe comme une source de motivation supplémentaire
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Anticiper et traiter les événements générateurs d'émotions négatives dans des situations complexes, de crise et/ou à forts enjeux
- > **Adaptabilité / réactivité / proactivité** – Anticiper ses réponses et actions et/ou celles de son équipe face à des événements ou sollicitations susceptibles de survenir
- > **Rigueur et fiabilité** – Adapter de manière continue son activité pour en respecter le cadre et les échéances et veiller à la qualité de ses interventions
- > **Prise d'initiative / gestion des aléas** – Saisir les opportunités qui se présentent pour faire évoluer ses pratiques et ses actions ainsi que celles de son équipe

La rémunération

Non renseignée



Evolutions récentes du métier

- > Développement des compétences liées à l'exploitation des données commerciales de l'entreprise
- > Intégration des besoins des clients et des atouts de l'entreprise dans les compétences en matière de pilotage de la communication et de la commercialisation
- > Développement des compétences liées au développement partenarial local en vue de favoriser un positionnement de l'entreprise au sein du tourisme local

Passerelles envisageables

- > Responsable communication
- > Responsable commercial(e)

Chargé(e) de visite, accueil, ventes (grand public / professionnels)

Assure l'accueil des clients, réalise des visites (cave, espace dédié, vignoble, etc.), des dégustations et des opérations de vente des vins et différents produits le cas échéant et met en œuvre des événements à destination des clients de l'entreprise (visites, repas, etc.) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise

Fiche(s) ROME de référence

D1106 : Vente en alimentation

D1501 : Animation de vente

G1102 : Promotion du tourisme local

Autres appellations

- Agent(e) d'accueil touristique
- Chargé(e) d'accueil œnotourisme / spiritourisme
- Chargé(e) de visites

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille en équipe au sein de l'espace commercial (caveau, cave) sous la responsabilité d'un(e) responsable œnotourisme / spiritourisme

Conditions d'exercice

- > Forte variation de l'activité dans le temps ;
- > Travail en équipe (fixes, tournantes)

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 4 (Baccalauréat professionnel, Brevet professionnel) dans le domaine du commerce et/ou du tourisme ou dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops jus de fruits) est souhaitée.

Une connaissance préalable du type de boissons commercialisées (vins, spiritueux, cidres) est souhaitée.

Une expérience professionnelle est souhaitée dans le domaine de l'œnotourisme / du spiritourisme.

Une bonne maîtrise de l'anglais est exigée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Accueil physique et téléphonique des visiteurs et clients
- > Organisation et mise en valeur des produits et de l'espace de vente
- > Réalisation de visites et de dégustations à destination du grand public ou de professionnels
- > Vente des boissons commercialisées par l'entreprise et d'éventuels autres produits et conseil auprès des clients
- > Mise en œuvre d'évènements à destination des clients de l'entreprise (visites, repas, etc.)
- > Transmission des informations relatives à son activité

Compétences requises

- > Accueillir de manière physique et téléphonique les visiteurs, clients et professionnels et les renseigner
- > Organiser l'espace de vente et la mise en valeur des vins, bières et alcools en respectant les règles d'étiquetage, d'hygiène et de sécurité alimentaire
- > Animer des visites (cave, espace dédié, vignoble) et des dégustations auprès de clients éventuels et professionnels en veillant à promouvoir les valeurs de l'entreprise et la qualité des produits
- > Conseiller le client et formuler une réponse adaptée à ses besoins, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- > Préparer puis mettre en œuvre des évènements à destination des clients de l'entreprise dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- > Transmettre les informations permettant d'assurer la traçabilité et le suivi des activités

Variabilité du métier

Selon les services en matière de d'accueil et de tourisme proposés par l'entreprise, le (la) chargé(e) de visite peut voir ses activités se diversifier : il (elle) peut être amené(e) à réaliser des visites de lieux élargis (visite de la ville, du territoire), à intégrer d'autres produits lors de ses dégustations (fromage, produits du terroir par exemple) et à mobiliser des ressources complémentaires lors de ses visites (connaissance de l'histoire et des spécificités de son territoire).

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Sélectionner et restituer les informations utiles à son activité et aux besoins de ses interlocuteurs, connecter des données de nature différente
- > **Résolution de problèmes** – Conduire une démarche de résolution de problème en recherchant et/ou adaptant des solutions existantes en tenant compte des impacts sur le processus / le système dans lequel on se situe
- > **Organisation / autonomie** – Adapter son organisation aux évolutions et exigences de la situation dans différentes familles de situations connues
- > **Innovation** – Proposer des évolutions de modes opératoires simples en vue d'améliorer les conditions de mise en œuvre, la qualité et/ou les performances de son activité
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans différentes familles de situations connues et adapter ses manières d'apprendre à ses besoins et à son environnement

Ressources sociales et relationnelles

- > **Communication orale** – Adapter sa communication orale à des situations et interlocuteurs variés
- > **Communication écrite** – Lire et rédiger des textes informatifs courts en lien avec son activité dans le respect des consignes
- > **Orientation client** – Analyser de manière globale les besoins et les attentes d'un client et élaborer une réponse adaptée
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec les membres de son équipe en situant le rôle de chacun et sa propre position dans le groupe
- > **Influence et persuasion** – Adapter une argumentation, une explication, aux besoins et attentes de son interlocuteur et répondre à des objections simples dans différentes familles de situations connues
- > **Gestion des relations interpersonnelles, des situations relationnelles délicates** - Adapter son comportement à différents types d'interlocuteurs, et traiter avec recul et dans un contexte simple les situations relationnelles délicates en utilisant des éléments objectivés

Ressources personnelles

- > **Persévérance** – Poursuivre ses objectifs et demeurer constant dans ses efforts indépendamment des difficultés rencontrées ou des échecs subis
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Reconnaître les situations générant une tension personnelle et les mettre à distance afin de préserver ses capacités d'action dans différentes familles de situations connues, un contexte sous pression changeant (rythme, délais, etc.)
- > **Adaptabilité / réactivité / proactivité** – Adapter la nature et le délai de ses réponses aux événements et sollicitations imprévus dans différentes familles de situations connues
- > **Rigueur et fiabilité** – Adapter de manière continue son activité pour en respecter le cadre et les échéances et veiller à la qualité de ses interventions
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Sélectionner la ou les procédures / modes opératoires, définir les actions adapté(e)s aux situations et aléas courant(e)s lié(e)s à son activité et proposer des améliorations

Ressources manuelles

- > **Capacités physiques** – Appliquer des règles en matière d'ergonomie, d'hygiène de vie, dans un contexte stable et connu

La rémunération

Non renseignée



Evolutions récentes du métier

- > Mobilisation et valorisation croissante des atouts de l'entreprise (certification qualité, service offert, etc.) lors de la vente et de la promotion des produits
- > Promotion du « tourisme local » et de la manière dont le domaine/ l'entreprise s'intègre dans un environnement territorial en essor

Passerelles envisageables

- > Commercial(e)
- > Responsable œnotourisme / spiritourisme

Responsable marketing

Définit et assure la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise en utilisant notamment les outils digitaux (outils de e-commerce, réseaux sociaux, référencement, etc.). Elabore et met en œuvre les démarches et outils marketing nécessaires au développement des activités de l'entreprise. Peut concevoir et mettre en œuvre des outils et/ou actions de communication en ligne afin d'augmenter la e-réputation et la visibilité de l'entreprise.

Fiche(s) ROME de référence

M1705 : Marketing

Autres appellations

- Directeur(trice) marketing

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille en lien étroit avec les autres services de l'entreprise, sous la responsabilité du (de la) directeur(trice) de l'entreprise.

Conditions d'exercice

- > Travail en équipe
- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 6 (Licence) ou de niveau 7 (Master) dans le domaine du marketing est exigée.

Une bonne maîtrise de l'anglais est requise.

Une expérience préalable dans le domaine d'activité de l'entreprise (vins, spiritueux, cidres, sirops, jus de fruits) est souhaitée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Veille sur l'évolution du marché des boissons et alcools, des modes de consommation, ainsi que sur les nouveaux outils (notamment digitaux) et méthodes marketing
- > Définition de la stratégie marketing
- > Pilotage de l'activité marketing
- > Suivi de l'activité marketing
- > Animation de groupes projets dans le cadre de la mise en place de nouveaux projets marketing
- > Communication auprès des différents services de l'entreprise et, le cas échéant, des prestataires

Compétences requises

- > Repérer et analyser les enjeux et évolutions liés à la consommation des boissons et alcools, ainsi que les nouveaux outils et méthodes marketing
- > Elaborer la stratégie marketing de l'entreprise (identité de marque) et des produits (boissons et alcools), en lien avec la direction de l'entreprise
- > Superviser la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise
- > Analyser la performance de l'activité marketing à l'aide d'indicateurs
- > Animer des groupes projets pour accompagner la mise en place de nouveaux projets marketing
- > Communiquer et collaborer avec les différents services de l'entreprise ainsi que, le cas échéant, les prestataires

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise, le (la) responsable marketing peut également assurer la fonction de responsable communication. Il (elle) peut aussi concevoir des démarches et outils marketing, en lien avec la stratégie de l'entreprise.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Conduire une démarche d'analyse d'information dans un environnement élargi et incertain, en mobilisant des concepts complexes, en vue d'alimenter une prise de décision stratégique
- > **Résolution de problèmes** – Conceptualiser et projeter une démarche de résolution de problèmes tenant compte d'enjeux à court, moyen et long terme dans un environnement complexe, incertain, ambigu
- > **Organisation et autonomie** – Organiser et prioriser ses activités / celles de son équipe en tenant compte d'enjeux globaux, de problématiques scientifiques, sociales, éthiques / dans un environnement incertain
- > **Innovation** – Elaborer, de manière autonome et/ou avec des partenaires externes, des solutions, services, outils, process innovants et utiles au développement de l'activité sur un périmètre donné
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des environnements nouveaux, en forte évolution. Capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes. Proposer de nouvelles manières d'apprendre, pour soi et son équipe

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Anticiper les risques de démotivation pour soi-même et/ou son équipe dans des situations difficiles, des environnements complexes et mettre en place des stratégies pour les éviter
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Anticiper et traiter les événements générateurs d'émotions négatives dans des situations complexes, de crise et/ou à forts enjeux
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Elaborer des stratégies permettant de d'aborder le changement dans un contexte incertain ou ambigu
- > **Rigueur et fiabilité** – Anticiper les risques de non-qualité, de non-respect des engagements pris et/ou des règles en vigueur du fait de l'évolution de l'environnement et élaborer des démarches individuelles et/ou collectives permettant de les traiter
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Anticiper les démarches, procédures, actions à mettre en place dans un environnement complexe et incertain pour faciliter la prise d'initiative et prendre des risques adaptés aux enjeux de l'activité

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Communiquer dans des situations délicates, à risque, des environnements incertains ou complexes
- > **Communication écrite** – Rédiger des analyses, des démonstrations complexes, répondant à un niveau d'exigence élevé
- > **Orientation client** – Mettre à la disposition du client des ressources lui permettant d'orienter son activité en se positionnant comme un partenaire clé
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différents interlocuteurs dans des domaines interdisciplinaires ou spécialisés, un contexte multiculturel, en tenant compte de dimensions stratégiques
- > **Influence et persuasion** – Développer, entretenir et mobiliser un réseau de relais utiles à son activité. Réaliser une argumentation sur un sujet complexe / sensible à partir d'une analyse du positionnement, des forces et des faiblesses de ses interlocuteurs
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Analyser les enjeux liés aux relations interpersonnelles dans un environnement complexe / interculturel. Mettre en œuvre une action de médiation entre plusieurs personnes, dans le cadre d'un conflit

La rémunération

6.900€ bruts par mois, soit 90.000€ à 108.000€ bruts par an

Fourchette indicative de salaire
Source : Offres d'emploi



Evolutions récentes du métier

- > Développement des activités de marketing quantitatif (collecte et valorisation de la donnée) / à la croisée avec les métiers des systèmes d'informations (SI)
- > Développement des outils de marketing digital, impliquant la maîtrise de compétences d'analyse statistique des données

Passerelles envisageables

- > Responsable communication

Responsable communication

Définit et met en œuvre le plan de communication de l'entreprise interne et externe : réalisation et suivi de la production d'outils de communication (e-mailings, plaquettes, organisation d'évènements internes et externes, relations presse, etc.), développe les relations professionnelles auprès des associations, instances, de la presse, afin de valoriser l'entreprise, le secteur, son image et ses produits et, peut réaliser le développement et l'animation du site internet.

Fiche(s) ROME de référence

E1103 : Communication

Autres appellations

- Directeur(rice) communication

Positionnement dans l'entreprise

Il (elle) travaille en lien étroit avec les autres services de l'entreprise, sous la responsabilité du (de la) directeur(trice) de l'entreprise.

Conditions d'exercice

- > Travail en équipe
- > Travail avec des déplacements
- > Télétravail possible

Voies d'accès au métier

Une certification de niveau 6 (équivalent Licence) ou de niveau 7 (équivalent Master) dans le domaine de la communication (journalisme, relations publiques, information et communication) est exigée.

Une bonne maîtrise de l'anglais est requise.

Une expérience préalable dans le domaine de la communication est souhaitée.

Activités et compétences professionnelles

Activités professionnelles

- > Veille technologique sur les outils et méthodes de communication, en lien notamment avec le digital
- > Définition du plan de communication, en interne et en externe
- > Pilotage de l'activité communication interne et externe
- > Organisation et supervision d'évènements à destination des clients ou des partenaires de l'entreprise
- > Développement et entretien d'un réseau d'acteurs (associations, instances, presse)
- > Communication auprès des différents services de l'entreprise et, le cas échéant, des prestataires

Compétences requises

- > Repérer et analyser les enjeux et évolutions liés aux nouveaux outils et méthodes de communication
- > Concevoir le plan de communication de l'entreprise, en interne et en externe, en lien avec la stratégie de l'entreprise
- > Piloter la mise en œuvre du plan de communication de l'entreprise, en interne et en externe (élaboration de supports, développement et alimentation d'un site internet, gestion des relations presse, alimentation des réseaux sociaux, suivi des indicateurs de performance des actions de communication, etc.)
- > Organiser et superviser des évènements à destination des clients et/ou des partenaires de l'entreprise (visites, repas, etc.), dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- > Développer et entretenir des relations auprès d'un réseau d'acteurs (associations, instances, presse)
- > Communiquer et collaborer avec les différents services de l'entreprise ainsi que, le cas échéant, les prestataires

Variabilité du métier

En fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise, le responsable communication peut également assurer la fonction de responsable marketing. Il (elle) peut aussi produire différents supports associés à la stratégie de communication de l'entreprise.

Ressources transverses

Ressources cognitives

- > **Analyse et synthèse de l'information** – Conduire une démarche d'analyse d'information dans un environnement élargi et incertain, en mobilisant des concepts complexes, en vue d'alimenter une prise de décision stratégique
- > **Résolution de problèmes** – Conceptualiser et projeter une démarche de résolution de problèmes tenant compte d'enjeux à court, moyen et long terme dans un environnement complexe, incertain, ambigu
- > **Organisation et autonomie** – Organiser et prioriser ses activités / celles de son équipe en tenant compte d'enjeux globaux, de problématiques scientifiques, sociales, éthiques / dans un environnement incertain
- > **Innovation** – Elaborer, de manière autonome et/ou avec des partenaires externes, des solutions, services, outils, process innovants et utiles au développement de l'activité sur un périmètre donné
- > **Apprentissage et actualisation de ses compétences** – Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des environnements nouveaux, en forte évolution. Capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes. Proposer de nouvelles manières d'apprendre, pour soi et son équipe

Ressources sociales et relationnelles

- > **Persévérance** – Anticiper les risques de démotivation pour soi-même et/ou son équipe dans des situations difficiles, des environnements complexes et mettre en place des stratégies pour les éviter
- > **Contrôle de soi et gestion du stress** – Anticiper et traiter les événements générateurs d'émotions négatives dans des situations complexes, de crise et/ou à forts enjeux
- > **Adaptabilité, réactivité et proactivité** – Elaborer des stratégies permettant de d'aborder le changement dans un contexte incertain ou ambigu
- > **Rigueur et fiabilité** – Anticiper les risques de non-qualité, de non-respect des engagements pris et/ou des règles en vigueur du fait de l'évolution de l'environnement et élaborer des démarches individuelles et/ou collectives permettant de les traiter
- > **Prise d'initiatives et gestion des aléas** – Anticiper les démarches, procédures, actions à mettre en place dans un environnement complexe et incertain pour faciliter la prise d'initiative et prendre des risques adaptés aux enjeux de l'activité

Ressources personnelles

- > **Communication orale** – Communiquer dans des situations délicates, à risque, des environnements incertains ou complexes
- > **Communication écrite** – Rédiger des analyses, des démonstrations complexes, répondant à un niveau d'exigence élevé
- > **Orientation client** – Elaborer une offre / solution complexe et adaptée à l'évolution des contraintes et de l'environnement client
- > **Travail en équipe** – Collaborer avec différents interlocuteurs dans des domaines interdisciplinaires ou spécialisés, un contexte multiculturel, en tenant compte de dimensions stratégiques
- > **Influence et persuasion** – Développer, entretenir et mobiliser un réseau de relais utiles à son activité. Réaliser une argumentation sur un sujet complexe / sensible à partir d'une analyse du positionnement, des forces et des faiblesses de ses interlocuteurs
- > **Gestion des relations interpersonnelles et des situations relationnelles délicates** – Traiter des situations relationnelles difficiles dans un contexte à forts enjeux en faisant preuve d'objectivité et de diplomatie et en veillant à sauvegarder les relations entre les personnes

La rémunération

6.900€ bruts par mois, soit 90.000€ à 108.000€ bruts par an

Fourchette indicative de salaire
Source : Offres d'emploi



Evolutions récentes du métier

- > Développement de la communication digitale (notamment via les réseaux sociaux)
- > Diversification des outils de communication

Passerelles envisageables

- > Responsable marketing