

Appellation en anglais

Trade Marketer

Formation à suivre

Bac+5

► DESCRIPTIF DU MÉTIER

Le trade marketer est la personne chargée d'optimiser ou améliorer une relation traditionnellement conflictuelle en partenariat dans une optique gagnant-gagnant (fidélisation des consommateurs, augmentation des profits et des parts de marché, amélioration de la notoriété, etc.) entre l'entreprise industrielle pour laquelle il travaille et un distributeur pour objectif initial la stimulation des ventes.

Ce métier du trade marketing s'est développée majoritairement dans le domaine de la grande distribution même si aujourd'hui elle gagne aussi le cœur du e-commerce.

💡 COMPÉTENCES TECHNIQUES

- Maîtrise des techniques du marketing et de la gestion commerciale.
- Maîtriser les outils de statistiques
- Connaître des techniques de négociation commerciale
- Maîtrise parfaite des techniques de vente et de sa promotion.
- Manager et animer des équipes
- Avoir une bonne culture des médias et de la communication commerciale.
- Savoir rédiger des documents de synthèse (Maîtrise du Pack Office)
- Savoir élaborer et analyser un tableau de bord d'activité
- La maîtrise de l'anglais est indispensable.



👤 QUALITÉS PERSONNELLES

Qualité d'entrepreneur

Bon relationnel

Autonome

Diplomate

Convaincant

Pédagogie

Facilité dans la mobilité géographique

Rigueur et précision

✶ PRINCIPALES MISSIONS DU MÉTIER

Ainsi l'acteur principal de cette nouvelle branche de marketing est le trade marketer qui est en charge de la promotion des ventes. Sa mission première est d'optimiser les relations entre l'industriel (pour lequel il travaille) et son réseau de distribution dans le but de créer des partenariats dans l'optique commune d'augmenter les ventes. Le trade marketer a donc comme missions de :

- Se tenir au courant des nouvelles tendances promotionnelles et comportements d'achat des consommateurs ;
- Traduire la stratégie de l'entreprise et ses objectifs en mettant en place des actions commerciales et marketing ;
- Veiller à la notoriété et à la bonne réputation de la marque de son entreprise ;
- Piloter toutes les opérations de trade marketing et les équipes mobilisées ;
- Organiser des événements promotionnels (jeux concours, PLV, dégustations...) ;
- Fidéliser les consommateurs et faire augmenter le porte-feuille des parts de marché.