RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Chef / Cheffe de produit marketing (mercatique)

Séduire le consommateur ou la consommatrice en s'adaptant en permanence à ses goûts et besoins, tout en dopant le chiffre d'affaires de l'entreprise : telle est l'ambition du chef ou de la cheffe de produit marketing (mercatique) qui prend en charge un article ou une gamme de produits, depuis sa création jusqu'à sa mise en vente.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 5** | Salaire débutant : **2666 €** | Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Gestionnaire de produit, Responsable ou spécialiste produit

Secteur professionnel : Commerce et distribution

Centres d'intérêt : J'ai le sens des affaires, J'ai le sens du contact, J'aime organiser, planifier



© gradyreese/istock/Getty Images

Le métier

Concevoir un produit

Confiture, chaîne hi-fi, shampooing... le chef ou la cheffe de produit marketing (mercatique) est responsable d'un type d'articles ou d'une gamme entière de produits depuis leur conception jusqu'à leur commercialisation.

Pour lancer un nouveau produit, il ou elle commande des études de marché pour pouvoir s'appuyer dessus et analyser les attentes de la clientèle tout en observant ce que fait la concurrence. Portant une attention particulière aux nouvelles tendances, il ou elle est capable d'anticiper les besoins des consommateurs ou des consommatrices. Sa mission : imaginer et définir le futur produit en étroite collaboration avec le service fabrication et commercial.

Optimiser les ventes

Une fois conçu et fabriqué, le produit est vendu par l'équipe commerciale. Une stratégie est mise en place pour optimiser les ventes et en faire la publicité. Le chef ou la cheffe de produit coordonne les actions commerciales sur le terrain en respectant un budget préétabli. Il ou elle détermine aussi les conditions de distribution (quantités et prix) et vérifie leur application.

Analyser les résultats

Une fois le produit lancé sur le marché, il lui faut suivre de près les résultats des ventes. En cas de succès, une augmentation des commandes peut être décidée. Si les prévisions de ventes ne sont pas atteintes, il ou elle peut jouer sur le prix ou augmenter le budget publicitaire, par exemple.

Compétences requises

Négociation et dans l'air du temps

Négociateur ou négociatrice dans l'âme, le chef ou la cheffe de produit marketing possède une bonne connaissance des techniques de vente et du marché. Il ou elle sait défendre ses projets, convaincre ses interlocuteurs et interlocutrices et sa créativité lui permet de trouver des idées, de faire preuve d'originalité et d'audace. Anticiper les nouveaux modes de consommation et surveiller la concurrence font aussi partie de ses savoir-faire.

Esprit d'équipe

Afin de pouvoir travailler avec divers interlocuteurs ou diverses interlocutrices, il ou elle sait écouter et prendre en compte plusieurs avis. Une grande disponibilité et le goût du travail en équipe sont donc nécessaires.

Maîtrise de l'anglais

Deux chefs ou cheffes de produit sur trois travaillent régulièrement avec des pays anglophones. La maîtrise de l'anglais est donc devenue indispensable pour évoluer en cours de carrière.

Où l'exercer ?

Un rôle pivot

En relation avec tous les services de son entreprise (recherche et développement, commercial, vente, production), mais aussi avec des partenaires externes (imprimerie, agence de communication ou de relations presse...), le chef ou la cheffe de produit marketing joue un rôle de médiation. Les entreprises qui les recrutent apprécient les doubles compétences qui permettent au chef ou à la cheffe de produit de dialoguer avec les ingénieurs ou les ingénieures. Dans la grande distribution, les échanges avec les chefs ou les cheffes de rayon, les chefs ou les cheffes de secteur et les fournisseurs sont quotidiens.

Autonomie et mobilité

Le chef ou la cheffe de produit marketing prend de nombreux rendez-vous à l'extérieur de son entreprise, avec des agences de publicité, des sociétés d'études marketing... Son emploi du temps inclut donc de fréquents déplacements, parfois en horaires décalés. En contrepartie, son autonomie est grande.

Les études

Après le bac

5 ans pour obtenir un master en marketing et vente ou un diplôme d'école de commerce et de gestion ou d'ingénieur spécialisé en marketing (mercatique).

bac + 5

→ Diplôme d'études spécialisées en management et gestion de projets

→ Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international (PGE) de l'IDRAC

→ Diplôme d'ingénieur de l'École centrale d'électronique

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale d'ingénieurs de Metz de l'université de Lorraine

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale supérieure d'agronomie et des industries alimentaires de l'université de Lorraine spécialité industries alimentaires

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale supérieure de génie industriel de l'Institut polytechnique de Grenoble

→ Diplôme d'ingénieur de l'Institut Polytechnique UniLaSalle spécialité agroalimentation et santé

→ Diplôme d'ingénieur de l'Institut Polytechnique UniLaSalle spécialité agronomie et agro-industries

→ Diplôme d'ingénieur de l'Institut supérieur des biotechnologies de Paris

→ Diplôme du programme grande école d'Audencia

→ Diplôme du programme grande école de l'EDC Paris

→ Diplôme du programme grande école de l'EM Strasbourg

→ Diplôme du programme grande école de l'EMLV

→ Diplôme du programme grande école de l'emlyon

→ Diplôme du programme grande école de l'ESC Amiens

→ Diplôme du programme grande école de l'ESCP

→ Diplôme du programme grande école de l'ESSEC

→ Diplôme du programme grande école de l'ICD

→ Diplôme du programme grande école de PSB

→ Diplôme du programme grande école d'HEC Paris

→ Diplôme du programme grande école d'ICN

→ Master mention management stratégique

→ Master mention marketing, vente

Emploi et secteur

Dans tous les secteurs

Si l'on associe souvent le marketing à la grande distribution, on retrouve cette fonction dans tous les secteurs. Ainsi, depuis longtemps, l'agroalimentaire, l'industrie pharmaceutique ou encore les cosmétiques ont adopté ses règles et astuces en matière de prix, de placement, etc. Les services s'y sont mis aussi. Toutefois, la majorité des postes se trouve dans les grosses structures. Dans les TPE (très petites entreprises) et les PME (petites et moyennes entreprises), la dimension marketing est plutôt assumée par le directeur commercial ou la directrice commerciale.

Toute une hiérarchie

Les services de marketing sont friands de jeunes et offrent toute une série d'échelons à gravir. Un débutant ou une débutante sera d'abord assistant ou assistante avant de devenir chef ou cheffe de produit à part entière. Après quelques années d'expérience, il ou elle pourra prendre en charge une gamme complète de produits, avant d'accéder au poste de chef ou de cheffe de groupe (et encadrer ainsi plusieurs chefs ou cheffes

de produit). Quelle que soit l'évolution de carrière, le marketing constitue un tremplin vers les directions commerciales.

Par promotion interne

Le nombre de postes stagne en raison du regroupement des enseignes et de la diminution du nombre de produits par industriel. Bien que 15 à 20 % des offres d'emploi s'adressent à des personnes débutantes, le recrutement des chefs ou des cheffes de produit s'effectue souvent par promotion interne, autrement dit au sein d'une même entreprise.

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Commerce et distribution

Salaire du débutant *

Entre 2666 et 2920 euros brut par mois, selon le secteur de l'entreprise.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Association française du marketing

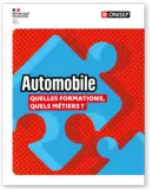
Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



QUELLES FORMATIONS, QUELS MÉTIERS ?

Automobile

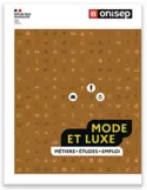
Paru le 20/07/2026
Broché • 14,00 €
PDF • 9,00 €



PARCOURS

Les métiers du jeu vidéo

Paru le 13/01/2023
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



PARCOURS

Mode et luxe

Paru le 11/03/2024
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



DOSSIERS

Écoles de commerce

Paru le 06/01/2026
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

J'ai le sens des affaires →

J'ai le sens du contact →

J'aime organiser, planifier →

Autres métiers à découvrir

Vendeur de matériel médical, paramédical

Responsable marketing sportif

Responsable marketing (mercatique) (mode)

Responsable e-commerce

Responsable de marque