

Formation pour le poste de

Vice-Président(e) Marketing

Description de tâches et questions

communication
marketing
publicité TV web web tv digital média
réflexion
création
production
vidéo
2D
3D
flash
pubs
campagnes
jingles
films produits

VICE-PRÉSIDENT MARKETNG

DESCRIPTION DE TÂCHES

- Développe et administre le plan marketing :
 - Coordonne les campagnes publicitaires;
 - Inscrit les ventes de chacun au registre et suggère des programmes de récompenses : concours et primes
 - Fait une étude de marché pour de nouveaux produits ou services;
- Forme tous les membres de l'entreprise pour la vente;
- S'assure de la présence de l'entreprise dans les opportunités de vente;
- Informe le VP Production sur les besoins de la clientèle;
- Confirme le montant des commissions dues à chaque vendeur au vice-président aux ressources humaines, s'il y a lieu;
- Tient le registre des ventes de chaque produit à jour et s'assure de l'exactitude des prix;
- Travaille étroitement avec le VP TI pour la gestion des médias sociaux et du site web;
- Présente un rapport des ventes aux réunions de l'entreprise.

L'individu

- ❖ Quelles sont qualités les essentielles pour bien exercer mon rôle cette année?

- ❖ Comment puis-je m'assurer de bien remplir mes fonctions dans mon entreprise étudiante?

- ❖ En cas de problématique, comment puis-je utiliser ma créativité et mon leadership pour permettre l'avancement de notre projet?

Questions auxquelles le VPMarketing doit être en mesure de répondre

1 – Le marketing et les ventes

- ❖ Qui a besoin de votre produit ou service? Quel âge? Homme ou femme? Quel niveau de scolarité? Quel est le revenu de votre clientèle? Quel métier? Pourquoi ont-ils besoin de ce produit? Comment le savez-vous?

- ❖ Comment allez-vous attirer les clients? Utiliserez-vous des affiches? La publicité directe par voie postale? Internet?

- ❖ Qui sont vos cinq concurrents directs? Qu'avez-vous appris de leurs activités? De leur publicité? Quels sont leurs points forts et leurs faiblesses? Pourquoi les gens achèteront-ils de vous au lieu de votre concurrence? Comment leur produit diffère-t-il du vôtre? Pourquoi votre produit est-il meilleur que le leur?

- ❖ Comment allez-vous promouvoir votre produit? Combien coûtera votre stratégie de marketing? Est-ce de l'argent bien dépensé?

- ❖ Comment se comparent vos prix à ceux de la concurrence? À quel degré votre marché cible est-il sensible aux prix?

- ❖ Quel prix prévoyez-vous demander pour votre produit? Comment êtes-vous arrivé à ce chiffre? Soyez prêts à défendre votre choix de prix, le nombre total de produit à vendre et ce qu'il signifie au bénéfice net si le département de production ne peut pas fabriquer suffisamment de produits ou si les clients refusent de payer le prix choisi.

2 – Le produit

- ❖ Qu'est-ce que vous voulez vendre ou fabriquer? Y-a-t-il un vrai besoin pour ce produit? Pourquoi pensez-vous que c'est le bon moment pour lancer votre produit? Comment est-il semblable ou différent à d'autres produits que les clients potentiels peuvent déjà avoir?

- ❖ Quels sont les avantages d'acheter votre produit? Est-il nuisible aux gens ou à l'environnement? Est-ce que les caractéristiques du produit (forme, taille, couleur, bruit, fonction, etc.) vont bien avec un avantage spécifique pour le client (plus vite, plus facile, etc.)? Par exemple, les bougies de notre entreprise sont inodores (une caractéristique), donc elles ne dérangeront pas les gens qui souffrent d'allergies (un avantage).

FORMATION POUR LE POSTE DE VICE-PRÉSIDENT (E) MARKETING

Description de tâches du VPmarketingd'une entreprise étudiante :

- ✓ Développe et administre le plan marketing;
 - Coordonne les campagnes publicitaires;
 - Inscrit les ventes de chacun au registre;
 - Fait une étude de marché pour de nouveaux produits;
- ✓ Forme tous les membres de l'entreprise pour la vente;
- ✓ Présente un rapport des ventes aux réunions;
- ✓ En collaboration avec VP TI, produit des cartes d'affaires, un logo d'entreprise et des affiches;
- ✓ S'assure d'une bonne visibilité lors des événements et sur les plateformes web;
- ✓ S'assure de la présence de l'équipe lors des fenêtres de vente;
- ✓ Collabore avec le VP production pour avoir la bonne quantité de produits pour les marchés;
- ✓ S'assure de la qualité des produits mis en vente.

Sujets à aborder

✓ **Clientèle cible**

Pour être efficace et avoir un bon nombre de ventes, il faut bien cibler sa clientèle. Pour cela, les équipes doivent évaluer leur produit et la clientèle intéressée par ce dernier. Plusieurs caractéristiques sont importantes à prendre en compte;

- ✓ L'âge
- ✓ Sexe
- ✓ Étude
- ✓ Profession
- ✓ Besoin
- ✓ Région démographique
- ✓ Habitude de vie
- ✓ Loisir
- ✓ ...

Une fois la clientèle cible établie, l'équipe peut se demander comment l'atteindre et comment lui vendre son produit.

✓ **Visibilité**

Le VP marketing doit assurer une bonne visibilité à l'entreprise par plusieurs aspects.

Informatique

En collaboration avec le VP TI, il élabore et exécute un plan marketing web. Il peut y inclure un site web et des réseaux sociaux au choix. Cela inclut également les cartes d'affaires, le logo, les affiches qui seront utilisés lors des événements de ventes.

Événement

Lors des événements de ventes ou de réseautage, une bonne visibilité se fait par la présence des membres. Tout parle; les gestes, l'habillement, les paroles... Les équipes doivent user de stratégies pour se démarquer professionnellement. Lors de certains événements, ils peuvent avoir un kiosque de vente. Le VP marketing doit alors élaborer un concept pour rendre sa table attrayante. Plusieurs stratégies peuvent être employées, comme l'usage de couleurs spécifique, l'essai du produit, concours ...

Leur imagination est leur limite!

✓ **Concurrence**

Les entreprises doivent évaluer leur concurrence. Cela les aidera à se situer dans le marché. Est-ce que leurs produits ont un prix concurrentiel? Est-ce que leur qualité est à la hauteur des produits offerts par les autres compagnies? Où se situe leur concurrence (géographiquement)? Plusieurs questions peuvent être posées pour faire une analyse de la concurrence.

Par la suite, ils peuvent décider de la façon d'utiliser cette concurrence. Est-ce que vous les approchez pour en apprendre plus sur leur production, leur marketing ou leur clientèle? Demandez-vous de la formation de leur part? Allez-vous faire un partenariat avec eux? Allez-vous apporter une modification à votre produit pour être unique et vous différencier?

La concurrence n'est pas juste une compagnie offrant exactement le même produit. Elle l'est avec tous les produits qui peuvent remplacer le leur. Par exemple, les mitaines de four ont dans leur concurrence les linges à vaisselle et les sous-plats en silicone. Une entreprise de mitaines de four pourrait faire un partenariat pour vendre un « package » mitaine de four et linge à vaisselle!

✓ **Vente**

Les VP marketing sont responsables de former pour la vente les autres membres de l'équipe. Noter que tous les membres de l'équipe doivent vendre. Votre VP doit cependant motiver les ventes, distribuer les produits entre les vendeurs et tenir le registre des ventes pour un bon suivi des stocks.

Les entreprises étudiantes doivent faire un discours de vente pour leur public. Ils pourront le tester lors des marchés de Noël et l'ajuster pour les autres événements. Nous proposons la vente par CAB (Caractéristiques, avantages, bénéfices).

Pour augmenter leurs ventes, les VP marketing peuvent s'inscrire à plus d'événements en agrandissant leur réseau de contacts ou créer leurs événements de vente. Par exemple, ils peuvent faire un kiosque dans leur école lors d'un midi ou lors de la remise du bulletin.

Les équipes sont invitées à faire un dossier Excel pour garder à jour leur nombre de ventes. Il est important que le nombre de produits faits (VP production), le nombre de produits vendus (VP marketing) et le montant d'argent reçu (VP finance) concordent tous. Lors des rencontres des actionnaires, ils doivent faire un suivi entre les départements pour se mettre à jour et éviter les erreurs.