



LCC VINS ET SPIRITUEUX

**LCC vins & spiritueux est à la recherche d'un
Gestionnaire du marketing commercial**

Mission du poste

Le gestionnaire du marketing commercial contribuera à la conception de programmes gagnants dans les points de vente, gèrera leur mise en œuvre et en effectuera l'évaluation post-activité en vue d'améliorer continuellement notre efficacité et notre compétitivité, de manière à soutenir les affaires et à encourager les achats par les consommateurs.

Livrables clés

- Mener la planification des activités de marketing commercial, en collaboration avec les chefs de marque et le département des ventes (accent sur les ventes au détail et pour consommation sur place, si cette catégorie fait partie des plans de marque)
- Travailler en étroite collaboration avec les équipes de marque afin de saisir les impératifs stratégiques et de contribuer à l'atteinte des objectifs des marques
- Agir à titre d'expert-résident en marketing commercial dans la province en démontrant de solides connaissances à l'égard des directives de la régie des alcools, la SAQ et de la conformité
- Assurer les communications entre les départements des ventes et du marketing : tenir tous les intervenants informés des échéances et des développements
- Gérer l'élaboration et la communication des outils de vente sur une base mensuelle/trimestrielle pour les équipes de vente provinciales
- Tenir à jour les calendriers des programmes en y indiquant les dernières approbations et les derniers ajustements convenus avec les équipes de marque
- Mettre en œuvre les programmations au moyen de la procédure de gestion de projets : s'assurer de la mise en œuvre en temps opportun des programmes

(s'assurer de la production en temps opportun des documents d'appui et vérifier l'exécution des programmes)

- Programmer des demandes et organiser des présentations auprès de clients
- Faire un suivi des approbations de programmes et des demandes de référencement
- Répertorier les offres électroniques (y compris les présentations), en appui au processus de référencement en collaboration avec les équipes de marque et les gestionnaires des ventes provinciaux, dont les dépôts visant les étiquettes, les cartons, les analyses chimiques, etc., pour approbation par les régies des alcools
- Soutenir le processus de traitement des offres dans l'ensemble du portfolio de LCC en attente d'approbation par la SAQ (c.-à-d., frais de programme, offres à durée limitée, programmes de fidélisation, etc.)
- Évaluer les rapports sur le rendement des programmes pour acquérir une compréhension approfondie des éléments qui permettent l'atteinte des objectifs de marque
- Fournir des recommandations à l'égard des programmes aux équipes de marque basées sur des résultats analytiques et alignées sur la stratégie de marque
- Fournir des conseils aux équipes de marque quant aux quantités d'achats pour les points de vente au détail ou pour consommation sur place en s'appuyant sur des recommandations en matière de couverture du marché et le rendement du volume de ventes

Compétences en gestion exigées

- Centré sur les résultats, esprit d'initiative, axé sur les méthodes de travail novatrices pour rester en tête de la concurrence
- Gérer la performance, faire preuve de souplesse pour rectifier le tir selon l'orientation stratégique et apporter toute correction nécessaire en cours de route; démontrer une ouverture à remettre en question le statu quo
- Style de communication bidirectionnelle efficace, aptitudes interpersonnelles et pouvoir de persuasion lors d'interactions avec les clients
- Aptitude en gestion de projet et de flux de travail (organisation); respect des échéances
- Approche proactive en matière de concertation avec les parties prenantes et de gestion
- Leadership, capacité à motiver et à inspirer les autres à passer à l'action pour appuyer nos objectifs

- Bon jugement et aptitude à la prise de décision avec une vision de croissance durable à long terme plutôt que de gains à court terme
- Mesure et évaluation; volonté de faire les ajustements et changements requis en fonction des résultats et des économies possibles

Compétences fonctionnelles exigées

- Capacité à transposer le positionnement et la stratégie des marques en tactiques concrètes dans les circuits commerciaux
- Planification des marques (aspects de marketing commercial de la planification de marque)
- Capacité à concevoir de nouvelles idées de programmation pour rallier les consommateurs dans les points d'achat, conformément aux stratégies de marque
- Aptitudes à construire des relations, à traiter avec les « gardiens » de la clientèle et à influencer leurs décisions
- Aptitudes à lier les stratégies de marque à celles visant la clientèle en vue d'obtenir le référencement de produits et l'approbation de programmation
- Capacité d'analyse et aptitude à assimiler des rapports, à étudier les conclusions de divers rapports et à rassembler des idées d'amélioration
- Flair commercial, aptitude à préparer une analyse de rentabilité et à obtenir l'appui des parties prenantes
- Expertise en conception de programmation destinée à la vente au détail et pour consommation sur place; esprit de compétition (détruire la concurrence)
- Capacité à gérer le temps, à gérer des projets et à travailler sous pression dans un environnement multitâches

Connaissances exigées

- Secteur canadien des boissons alcoolisées : structure de mise en marché et réglementation en matière de conformité et de marketing
- Directives visant le marketing pour la vente au détail et pour consommation sur place pour le Québec et différentes réglementations par compétence relativement à la conformité
- Relation établie avec les chefs des catégories de la SAQ
- Codes déontologiques des fournisseurs, ainsi que réglementation et normes canadiennes en matière de publicité

- Tendances du marché, des catégories, de la concurrence et des consommateurs
- Compréhension des techniques de marketing et de leur impact prévu respectif sur les comportements et attitudes des consommateurs
- Principes du marketing client et de la gestion des organismes partenaires
- Connaissances en informatique : logiciels de Microsoft Office (Excel, Power Point, Word, Outlook) et aptitude à apprendre à utiliser de nouveaux logiciels

Expérience requise

- 5 ans d'expérience en marketing commercial et en ventes, préférablement dans les secteurs des boissons alcoolisées ou des biens de consommation courante
- Éducation postsecondaire combinée à une formation en marketing, en gestion des affaires ou en ventes
- Expérience en vente au détail et pour consommation sur place; excellentes connaissances des réseaux de vente du secteur des boissons alcoolisées préférables

Tout candidat intéressé doit envoyer son CV à emploi@groupebcc.com dès que possible.

Nous encourageons les personnes intéressées à inscrire dans le titre du courriel le ou poste convoité.

Seuls les candidats retenus pour une entrevue seront contactés.