

Vice-président, Marketing - 20986

Le Vice-président, Marketing fera preuve d'aisance en matière d'analyse financière et de gestion de budget. Il sera également ambitieux de nature et cherchera sans cesse, par ses interventions, à créer de la valeur pour l'organisation.

Dès lors, il peaufinera les initiatives en matière d'orientation stratégique. Il aura à créer un environnement propice au succès de l'entreprise en défendant ses marques et en créant de nouveaux produits. Le candidat retenu possèdera également un profil capable d'être près des opérations ainsi que de son équipe.

Ce dernier aura comme principale responsabilité de mettre sur pied des structures marketing qui verront à maximiser les performances de l'équipe de vente et à optimiser les investissements marketing.

Principales responsabilités :

Le Vice-président, Marketing, est responsable de fournir une orientation stratégique aux gammes de produits et de les gérer, de créer des solutions pour les clients, de coordonner la proposition de valeur et de faciliter l'organisation des ventes et les exigences de la clientèle. Le titulaire du poste travaille en étroite collaboration avec les responsables des ventes, des finances et de l'exploitation pour veiller à réaliser les projets stratégiques à court et à long terme. Il doit aussi préciser les occasions de croissance au sein des marchés existants ainsi que dans les secteurs parallèles, et créer des analyses de rentabilité à des fins d'investissement. Le titulaire du poste supervise les équipes de gestion marketing et de communication et réalisent de manière efficace les plans de marketing et obtiennent les résultats escomptés. Il relève directement du président de l'organisation.

Les défis du poste :

- Être en mesure d'évoluer au sein d'une organisation qui est la propriété d'un « Private Equity ». Donc, dans une culture de gestion serrée des coûts.
- Mettre sur pied des initiatives constamment axées sur la création de valeur pour l'organisation. Ces initiatives passent par une collaboration étroite avec la force de vente.
- Dans un environnement où des acquisitions auront lieu, effectuer une gestion optimale du portefeuille de marques.

Formation requise :

- B.A. ou B. Sc. Diplôme en marketing ou dans un domaine connexe.

Expérience requise :

- Minimum de 10 ans d'expérience en gestion de produits / marketing, jumelé à une connaissance de l'environnement d'affaires dans un contexte de "business to business"
- Expérience de travail avec les canaux de distribution et les fabricants de produits.
- Expérience en matière de commerce international (USA) ainsi que de détenir un MBA seraient un atout.

Habilités, connaissances et caractéristiques recherchées :

- En plus des qualités de gestionnaire marketing, le candidat devra faire preuve d'aisance en matière d'analyse financière.
- Capacité démontrée à diriger et à influencer des équipes multidisciplinaires et à établir les priorités des livrables.
- Capacité à travailler au sein d'une organisation où les dossiers doivent évoluer rapidement.
- Qualité d'agent de changement car la culture du service marketing doit être modifiée.
- Excellentes aptitudes pour la communication verbale et écrite, y compris de solides compétences en présentation.
- Motivation élevée, autonomie, concentration, collaboration et enthousiasme.
- Penseur créatif appuyé par des réalisations en matière de développement d'idées stratégiques novatrices liées au marketing.
- Solides habiletés en gestion de projets, en intégration de produits et en livraison.
- Bilinguisme (écrit et oral).

Denise Brisebois, MBA

Vice-présidente et Chef de pratique

514.878.4224, ext.236

dbrisebois@mandrake.ca