

Vice-président, Ventes et marketing - 20927

Le titulaire du poste jouera un rôle stratégique en participant au comité de gestion et en étant partie prenante des décisions qui orienteront le futur de l'entreprise. Il aura sous sa responsabilité les groupes de vente, de marketing, de service après-ventes et de choix de finis.

Le Vice-président, Ventes et marketing aura, avant tout, la responsabilité de promouvoir et de faire vivre la promesse de qualité et de service de l'entreprise, et ce, tant au niveau de notre clientèle que de nos employés.

Pourquoi se joindre à l'entreprise?

C'est avec une expertise indéniable et une passion contagieuse que l'équipe travaille depuis plus de 40 ans à concevoir des projets de condos audacieux qui révèlent Montréal et séduisent les amoureux de la vie urbaine.

Avec une approche humaine et créative, nous élaborons des milieux de vie dont l'aménagement stimule et même révolutionne les quartiers où ils s'implantent. En affaires depuis plus de 40 ans, nous avons construit plus de 11 000 unités d'habitation, entre autres des condos dans Griffintown et dans le Vieux-Montréal.

Au niveau du travail d'équipe, nous sommes convaincus que notre force réside en la qualité de celle-ci, composée de personnalités atypiques, mais ouvertes d'esprit qui travaillent vers un but commun : contribuer au bien-être de nos clients. L'attitude est une question de choix et nous prenons la décision, chaque jour, de nous entraider, de croire en une vision commune avec positivisme et de tout mettre en œuvre pour optimiser l'expérience de l'acheteur.

Principales responsabilités :

Membre du comité de direction, le Vice-président, Ventes et marketing est responsable des éléments suivants :

Contribution stratégique

- Démontrer une volonté marquée à ce que l'entreprise soit vue comme une actrice incontournable dans son marché de référence et à contribuer à sa forte croissance;
- Contribuer à la définition et l'opérationnalisation du plan stratégique en proposant des avenues et des moyens novateurs en termes de projets, partenariats, etc.;
- Favoriser la collaboration et l'interdépendance entre les différentes unités de l'entreprise (conception, marketing, vente, construction, service à la clientèle et service après-ventes);
- Élaborer des indicateurs de performance et de satisfaction de la clientèle qui seront pertinents et innovants;
- Stimuler et favoriser l'amélioration continue au sein de l'entreprise.

Connaissance du marché et de la clientèle

- Être le moteur d'une culture d'innovation;
- Assurer une compréhension pointue des besoins actuels et futurs des clients;
- Développer et maintenir une connaissance approfondie du marché immobilier résidentiel (concurrence, tendances actuelles et futures, etc.) par l'entremise de stratégies variées (intelligence d'affaires, tendances mondiales, groupes de discussion, proximité avec la clientèle cible, etc.) afin de permettre à l'entreprise d'être une visionnaire reconnue;
- Constituer et utiliser des bases de données probantes qui permettent de dégager une compréhension pointue des besoins actuels et futurs des clients de la compagnie et de leur pouvoir d'achat;
- Collaborer avec le Vice-président, Développement-terrains dans l'exécution des études de marché, d'identification de clientèles cibles et de prix de vente des unités.

Gestion des relations avec la clientèle

- Superviser la préparation des messages clés et le démarchage auprès des différentes parties prenantes du milieu;
- En collaboration avec la présidence, gestion des relations publiques;
- Assurer une relation pérenne avec les clients actuels et futurs de l'entreprise pour en faire des ambassadeurs de l'expérience de celle-ci et assurer leur retour;
- Créer et implanter l'« expérience personnalisée de l'entreprise » en matière d'approche et de gestion de la relation client;
- Assurer des mécanismes efficaces de suivi et d'accompagnement du client dans son parcours de choix de matériaux;
- Élaborer et implanter une stratégie de prise en charge du client à court, moyen et long terme.

Gestion de la marque

- Permettre à l'entreprise de proposer une offre commerciale unique à tous les niveaux (produit, processus de vente, de conception et de construction, service après-vente, etc.);
- Collaborer au design et à l'identité de chaque produit, en s'inspirant des nouvelles tendances provenant de différents milieux (notamment l'hôtellerie, les nouvelles normes de service, les milieux de vie, la création de communautés);
- S'assurer que l'identité de marque de chaque produit influence chaque aspect et étape de création et de vente de ce dernier;
- Élaborer et mettre en place des stratégies efficaces pour promouvoir l'entreprise et ses projets;
- Maîtriser les différentes technologies et outils des médias sociaux, proposer et implanter des stratégies de marketing sur ces dernières;
- Définir et diffuser l'image de marque de l'entreprise auprès des différents acteurs clés;
- Identifier de façon proactive les zones de risques pour la marque de l'entreprise et prévoir des plans de contingence en conséquence.

Mises en marché / lancement de projet

- Créer le ou les bureaux de vente, susciter du dynamisme et de l'intérêt autour de chaque nouveau projet;
- Élaborer des stratégies d'optimisation de bases de données clients (retours, référencement, etc.);
- Organiser, en collaboration avec des fournisseurs externes, des stratégies de marketings événementiels;
- Assurer un achalandage important et quotidien dans les bureaux de vente par l'entremise de stratégies variées et rentables auprès des clientèles cibles;
- Définir et implanter un processus de vente qui propose une « expérience » unique à chaque produit, en cohérence avec la marque;
- Gérer le budget annuel de la division marketing.

Service après-vente

- En collaboration avec l'équipe de construction, s'assurer que la promesse client a été tenue et faire le suivi des ajustements nécessaires;
- Entretenir d'excellentes relations avec les clients de l'entreprise une fois le produit livré;
- Gérer la prise en charge de la gestion des copropriétés pendant et parfois après la période de garantie officielle;
- S'assurer de la prise en charge de problèmes communiqués par les clients et vérifier que ces derniers ont été résolus à leur entière satisfaction.

Les défis du poste :

- Prendre en charge les responsabilités du poste dans les meilleurs délais, sans ralentir les efforts relatifs au poste;
- Rapidement comprendre et s'imprégner des valeurs et de la culture de l'entreprise, axées sur le bien-être, à dimension humaine, en harmonie avec le milieu de vie. Transmettre ces valeurs aux employés ainsi qu'à la clientèle;
- Contribuer au comité exécutif en participant à l'élaboration du plan stratégique de l'entreprise, dans sa globalité;
- S'intégrer à l'équipe en tant que leader positif et engageant, un mobilisateur de l'ensemble de l'entreprise;
- Mise en place d'éléments de gestion des ventes permettant d'optimiser les résultats.

Formation requise :

- Diplôme universitaire en administration des affaires, marketing ou l'équivalent

Expérience requise :

- 15 et 20 ans d'expérience dans le domaine du marketing et de la vente, dont au moins 5 ans dans un poste de direction de ventes et/ou marketing;
- Expérience en développement et gestion de concepts de projets, de l'idéation à la réalisation;
- Expérience pertinente en gestion du service à la clientèle;
- Expérience en gestion de partenaires externes (agences)

Habilités, connaissances et caractéristiques recherchées :

- Capacité à travailler au sein d'une entreprise à forte teneur entrepreneuriale et à y faire sa place;
- Joueur d'équipe, stratégique et tactique, collaboratif et intéressé à la stratégie globale de l'entreprise;
- Soucieux du détail, conscient de l'impact des mots et de l'image;
- Sens aigu du marketing et de la vente. Capacité à développer et à porter les concepts marketing de chaque projet et à en mesurer l'impact;
- Gestionnaire d'équipe dynamique, motivant et engageant. Capable de comprendre et de porter la culture humaine de Prével dans ses communications avec la clientèle, les employés et les partenaires externes;
- Excellente maîtrise de la communication orale et écrite tant en français qu'en anglais;
- Capacité à présenter et défendre ses projets;
- Facilité à nouer et entretenir des relations d'affaires;
- Agent de changement qui pourra remettre en question le Statuquo;
- Motivé et intéressé par l'aspect humain du développement urbain tout autant que par l'aspect des perspectives d'affaires;
- Organisé, dynamique, autonome. Capable de bien suivre l'évolution de multiples dossiers;
- Sens politique et sens des affaires développé.

Danny Savard, ing.

Vice-président et Chef de pratique

514.878.4224, ext.231

dsavard@mandrake.ca