



AMBASSADEUR DE MARQUE

PERRIER-JOUËT

Définition de fonction

Mission générale :

En collaboration avec la Force De Ventas et dans le respect de la stratégie de marques établie par le Marketing, l'ambassadeur de marque Perrier-Jouët contribue sur les réseaux HD et Distribution à :

- Développer l'image de Perrier-Jouët auprès des clients et des consommateurs définis comme prioritaires
- Développer la demande et les rotations de Perrier-Jouët dans l'objectif d'accroître les volumes et la valeur
- Apporter son expertise produit en interne et en externe (mentoring)

Rattachement : Responsable Marques et Communication de Paris

Management : non

Liaisons fonctionnelles : FDV – Trade Marketing - Marketing - Prestataires extérieurs – Clientèle - Graduates

1. Développer l'image de la marque

Auprès des clients stratégiques :

- Identifier des opportunités - événements, manifestations professionnelles - propices à l'exposition de la marque
- Identifier et cibler les opportunités commerciales et image
- En collaboration avec le Chef de secteur, travailler au référencement de la marque dans les établissements Hors Domicile stratégiques
- Développer le relationnel et mettre en place des plans d'affaires dans chaque établissement Hors Domicile stratégique et auprès des forces de ventes distributeurs afin de développer l'exposition de la marque (formations, mentoring du personnel, perfect serve, visibilité)
- Mettre en avant la marque lors de salons professionnels
- Accompagner les clients dans leur communication digitale
- Relayer les activations sur les réseaux sociaux (avant, pendant et après l'événement), dans le respect des guidelines fournies par le Marketing
- En collaboration avec la FDV Distribution, optimiser l'exposition des marques dans les points de vente lors d'événements spécifiques

Auprès des consommateurs cibles :

- Identifier des opportunités - événements, salons, manifestations - propices à l'exposition de la marque comme préconisé dans les bibles « Territoires d'expression des marques » fournies par le Marketing et être partie prenante de l'activation.
- Développer & animer un réseau de crusaders sur la marque
- Relayer les activations sur les réseaux sociaux (avant, pendant et après l'événement), dans le respect des guidelines fournies par le Marketing
- Soutenir la Force de vente lors des activations consommateurs dans les établissements en lien avec les plans d'action communiqués par le Trade Marketing
- Recruter de nouveaux consommateurs cibles et en faire des prescripteurs



2. Eduquer et former dans le respect de la stratégie de marque établie par la Direction Marketing

En interne :

- La force de vente

En externe :

- Personnel des établissements stratégiques pour la marque (Force de vente Distributeurs, bartenders, cavistes, sommeliers, serveurs, maîtres d'hôtel, hôtesse, lycées hôteliers, ...)
- Consommateurs cibles, leaders d'opinion, influenceurs, journalistes presse professionnelle (Masterclass) ou lifestyle.

3. Relayer les informations nécessaires au Marketing et au Trade Marketing

- **Transmettre au Responsable Marques et Communication les données nécessaires à l'analyse des activations réalisées**

- Relayer auprès du Responsable Marques et Communication les données nécessaires à la veille concurrentielle (activations, promotions, stratégies, prix, gains de nouveaux postes ...), les évolutions et tendances marchés

- Etre force de proposition concernant la mise en avant, l'activation et la promotion des marques

- Partager les best practices à l'échelle nationale

Zone d'intervention

Couverture géographique « Grandes Villes » soit :

- Ville prioritaire : Paris 80%
- Villes secondaires 20% : Lyon – Côte d'Azur French Riviera – Alpes

Segmentation PROS privilégiée

Hôtels type palaces

Cavistes

Low-energy bars leaders & iconiques

Restaurants leaders & iconiques

Autres

- Permis B indispensable
- Mobile sur toute la France
- Maitriser l'outil informatique (Pack Office)

Salaire Brut 2 950 € + 1 680 € de prime annuelle sur objectifs

Infos / Cv : contact@p-w-p.fr