

BRAND AMBASSADOR MALFY / BEEFEATER

ROLE: BRAND AMBASSADOR
SOCIETE: PWP x PERNOD RICARD FRANCE
MARQUE: MALFY / BEEFEATER
TEMPS: PLEIN
STATUT: CDI

candidature@pwpagence.fr



MISSION

60 % Advocacy (Malfy)
40 % Opérationnel (Beefeater)

60 % Advocacy (Malfy)

1. Développer la présence, la visibilité et la prescription de la marque en On Trade.

Les objectifs :

- Développer de la préférence auprès des professionnels afin de générer de la prescription et en faire de vrais « brand lovers »
- Améliorer la présence, la visibilité et les rotations Malfy dans les différents réseaux
- Installer la stratégie cocktails de la marque en établissements et s'assurer du Perfect Serve
- Développer des flagship autour de la marque Malfy.

Les actions :

- Organiser et animer des sessions de formation auprès des bartenders, Caves & Distributeurs.
- Organiser des events réguliers auprès des bartenders afin de susciter leur intérêt
- Faire vivre la communauté bartenders tout au long de l'année au travers d'un programme advocacy dédié
- Conseiller les bartenders dans la façon de revendre et d'animer la marque
- Accompagner de manière régulière les chefs de secteur PRF sur le terrain
- Contribuer activement à l'organisation et la mise en place de salons/événements et en maximiser la visibilité

2. Développer la notoriété et l'essai de la marque auprès de la cible consommateurs établie

Les objectifs :

- Faire découvrir les marque Malfy et leurs univers dans les établissements stratégiques pour la marque
- Créer un lien fort entre la marque et les consommateurs

Les actions :

- Participation aux événements consommateurs les plus importants
- Aide au développement stratégique et expérientiel sur la marque
- Interaction avec des journalistes et influenceurs / Blogueurs
- Activation des réseaux sociaux

40 % Opérationnel (Beefeater)



- Organiser, mettre en place et animer les soirées dégustations dans les établissements stratégiques sélectionnés
- Assurer une visibilité conséquente de la marque pendant les soirées et la mise en avant de cocktail(s) Beefeater & Tonic
- Faire (re)découvrir la marque Beefeater comme spiritueux cocktail de référence et démontrer la supériorité liquide à travers la dégustation du perfect serve Beefeater & Tonic avec garnish citron et orange.
- Contribuer en lien avec les équipes commerciales à assurer une bonne présence à l'esprit de la marque auprès de nos clients

SUIVI, PLANNING ET REPORTING :

L'ambassadeur de marque organise de manière autonome son activité en respectant les guidelines annuelles qui lui sont fixées ainsi que les demandes marketing et commerciale.

L'ambassadeur de marque rend compte de ses actions avec un reporting hebdomadaire auprès de son responsable direct chez PWP et auprès de son contact référent chez PRF. Il rend compte également de ses actions dans les établissements auprès des responsables de secteur et des directeurs régionaux concernés.

L'ambassadeur doit également assurer une veille permanente sur la concurrence et les tendances de consommation.

L'ambassadeur travaille en étroite relation avec :

- Le chef de marque concerné
- Le Brand Ambassadeur Global
- Les responsables de secteur On Trade
- Le trade marketing

MESURE DES KPI's :

- Objectifs qualitatifs et quantitatifs définis annuellement.

PROFIL :

- Capable d'incarner des marques qui possèdent des univers forts et singuliers.
- Motivé et passionné par l'univers du bar et des spiritueux
- Être capable de comprendre à la fois les attentes de la marque et les contraintes des consommateurs, des clients et des équipes commerciales
- Être à l'écoute permanente de ce que font nos concurrents et nos clients
- Communiquer harmonieusement avec les équipes commerciales, marketing et les agences externes
- Toujours en quête d'optimisation dans son métier
- Charismatique et bon orateur
- Permis B indispensable

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES :

- Expérience dans le milieu du bar cocktail ou premium
- Très bonne connaissance du CHD (clients/marchés/concurrence)
- Maîtrise de l'anglais
- Maîtrise des outils informatiques (Pack Office)
- Communiquer avec aisance et transparence
- Avoir des notions commerciales



SAVOIR FAIRE ET SAVOIR ÊTRE :

- Respect de la hiérarchie
- Autonomie
- Sens du relationnel
- Capacité à travailler en transversal avec les commerciaux et le marketing
- Ouverture d'esprit
- Rigueur administrative
- Force de proposition