

Acheteur – chef de produit

L'acheteur – chef de produit gère un produit sur l'ensemble de son cycle de vie : de sa sélection à sa vente. L'acheteur sélectionne les fournisseurs et négocie le prix des produits. Le chef de produit analyse les besoins du marché. Une fois sélectionné un produit, il en définit le prix, le mode de distribution et le marketing. En fonction de la taille des entreprises, les deux fonctions peuvent être distinctes.

- **Activités principales :**
 - Analyser le marché
 - Définir les caractéristiques du produit
 - Définir les conditions de vente
 - Choisir les fournisseurs
 - Négocier les conditions d'achat

Appellations métiers les plus courantes et correspondance avec les différentes nomenclatures existantes

ROME	PCS	FORCO	INTERGROS
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Achats</u> • <u>Direction des achats</u> • <u>Management et gestion de produits</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ingénieurs et cadres des achats et approvisionnements industriels</u> • <u>Acheteurs non classés cadres, aides-acheteurs</u> • <u>Chefs de produits, acheteurs du commerce et autres cadres de la mercatique</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Acheteur</u> • <u>Chef de produits</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Acheteur – vendeur en produits frais</u> • <u>Chef de produits</u>

Source : CARIF-OREF des Pays de la Loire

Compétences de base

Techniques	Transverses
<ul style="list-style-type: none"> • Négociation • Analyse d'étude de marché, d'habitudes d'achat, de la concurrence • Marketing et promotion 	<ul style="list-style-type: none"> • Langue(s) étrangère(s) • Techniques de gestion des stocks • Maîtrise des outils bureautiques

Source : CARIF-OREF des Pays de la Loire

- **Identification des besoins en emploi et en compétences (profils attendus aujourd'hui et demain) :**

Les besoins en recrutement sur ce type profil ne sont pas jugés importants et il n'y a pas de difficulté particulière pour pourvoir les postes. L'exercice de ce métier, jugé par les entreprises comme de plus en plus exigeant, demande à la fois du savoir-être « commercial » et du savoir-faire « analytique ».

- **Identification des formations associées et adaptation de l'offre :**

Les recrutements se font aujourd'hui à partir du niveau III et plus généralement après un bac+3 ou plus en école de commerce et 3 à 5 ans d'expérience dans le marketing ou le développement commercial.

Liste des formations en Pays de la Loire :

- Niveau II

- Licence pro Commerce mention Achat industriel et logistique
- Licence pro Management des organisations mention Management et marketing des services
- Licence pro Commerce spécialité achats
- Titre professionnel responsable des achats

- Niveau I

- Master Arts, lettres, langues mention Langues étrangères appliquées : spécialité Commerce international, spécialité Négociateur trilingue en commerce international
- Master Droit, économie, gestion mention Management spécialité Marketing des produits et services de santé, spécialité Etudes de marchés et décision marketing
- Diplômes des Ecoles supérieures de commerce et de management (ESSCA, Audencia, ENSEC, ESPL)
- MBA Achats et Supply Chain Management
- Titre professionnel Manager des achats internationaux

▪ Mobilité et parcours professionnels

