

CHARGÉ(E) DE TRADE MARKETING (JUNIOR) H/F

VOTRE PROFIL NOUS INTÉRESSE...

LE POSTE :

Dans le cadre d'un remplacement et pour une période minimale de 8 mois, nous recherchons un(e) chargé(e) de Trade Marketing (Junior) H/F.

Au sein du pôle Trade Marketing de notre groupe et en collaboration avec la stratégie du service achats de notre groupe, vous aurez pour mission de développer le chiffre d'affaires et les opérations sur les marchés dont vous aurez la charge.

Vos missions s'articuleront notamment autour des axes suivants :

1. Développement commercial :

- Assurer une veille commerciale (actualités produits, acteurs du marché, dispositifs concurrents, mécaniques promotionnelles, tendances retail ...)
- Prospector et conquérir de nouveaux partenaires sur les marchés de la presse et du livre pour atteindre les objectifs budgétaires annuels.
- Proposer et élaborer des nouvelles mécaniques opérationnelles sur le réseau.
- Vendre l'ensemble de l'offre commerciale trade marketing (dispositifs promotionnels permanents ou événementiels, offre digitale, catalogues, etc)
- Collaborer avec le Category Manager pour la mise en œuvre marketing des négociations réalisées avec les partenaires

2. Suivi commercial et administratif :

- Assurer le suivi des partenaires pour les fidéliser et développer les budgets marketing
- Préparer et mettre à jour les supports commerciaux et contenus de communication
- Garantir la bonne exécution des opérations sur le réseau et son adhésion aux opérations ad'hoc
- Effectuer le bilan et reporting des actions post opération
- Réaliser la facturation
- Gérer les outils de planning d'opérations

3. Projets transverses :

- Co-organisation du Prix du magazine de l'année
- Participation au Prix Maison de la Presse

PROFIL :

Vous avez entre 2 et 5 ans d'expérience. Une expérience dans le domaine de la distribution ou de l'édition serait un plus.

Bac+5 Commercial/marketing

QUI SOMMES NOUS ?

NAP est un groupe de distribution qui développe et anime le réseau d'enseignes Maison de la Presse, Mag Presse et Point Plus. Avec 1 350 points de vente partout en France et 800 000 clients par jour, le groupe NAP constitue le premier réseau de commerces culturels de proximité et la 36ème enseigne en France (source classement LSA 2018).

NAP accompagne les commerces pour se repositionner durablement dans le paysage de la distribution de proximité. Plus largement, le groupe propose de nombreux produits et services à plus de 22 000 marchands de journaux et buralistes partout en France.

Créé par trois entrepreneurs toulousains en 2004, NAP est devenu en quelques années un acteur de référence dans le domaine de la distribution de proximité.

« Dans un monde en perpétuel mouvement, les commerces physiques doivent se réinventer rapidement et relever le défi de la digitalisation. En donnant plus de commercialité à nos magasins, en capitalisant plus encore sur la force de prescription et l'engagement de nos commerçants indépendants, nous affirmons notre positionnement de multi-spécialiste de proximité. »

Arnaud Ayrolles, Président du groupe NAP