

Job Description

Produkt Manager (m/w)

Spirituosen

1. Das Unternehmen

Unser Klient ist eines der führenden deutschen Spirituosenhäuser und verfügt über langjährige Erfahrungen und weitreichendes Know-how in diesem Produktsegment. Es werden zahlreiche Eigen- und Distributionsmarken vertrieben, die über eine flexible Wertschöpfungskette, je nach Marke und Produkt eine möglichst effiziente Gestaltung der Produktions- und Vertriebsstruktur erlauben.

Die Markenführung umfasst die Entwicklung, Ausrichtung und Positionierung der Marke sowie die Bestimmung und den Einsatz des Marketing- und Vertriebs-Etats. Das Ziel der Markenführung besteht darin, für die jeweilige Marke beim Konsumenten einen deutlichen Mehrwert zu generieren, indem für sie ein nicht austauschbarer Auftritt entwickelt und ein spezifisches Marktsegment besetzt wird.

2. Die vakante Position

2.1 Beschreibung

Gesucht wird ein Produkt Manager (m/w) für 3-4 Marken aus dem Produktportfolio.

Zielsetzung der Stelle:

Verantwortung für die verbraucherorientierte und rentable Weiterentwicklung der zugeordneten Warengruppe unter Einsatz aller Marketing Mix Faktoren. Besondere Bedeutung kommt dabei der Neuproduktentwicklung, Produktoptimierung und der klassischen Kommunikation zu. Erreichen der Marketingziele Menge, Umsatz, Profit.

Hauptaufgaben sind:

- Erarbeitung einer Produktportfoliostrategie für die zugeordnete Warengruppe und kontinuierliche Optimierung vor dem Hintergrund der vorliegenden und neu gewonnenen Erkenntnisse über Verbraucherbedürfnisse
- Entwicklung einer geeigneten Neuproduktstrategie und abgestimmten Roll out Plan
- Eigenverantwortliche Führung von Neuproduktprojekten bis zum Launch
- Ideengenerierung und Konzepterstellung
- Empfehlungen für Neuprodukte verfassen und präsentieren
- Leitung des Projektes inkl. der Verantwortung für den Projektablauf und das Ergebnis
- Markenpflege
- Überprüfung der Aktualität des Sortiments, Produktqualität im Wettbewerbsumfeld und der Rentabilität und ggf. Entwicklung von Optimierungsvorschlägen
- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie inkl. der Empfehlung des Kommunikations-Mix, Sicherstellung der Durchführung und Kontrolle der eingesetzten Ressourcen
- Weiterentwicklung des persönlichen Marketing Know-hows
- Steuerung der Agenturen
- Markt- und Wettbewerbsanalysen zur Optimierung des gesamten Marketing-Mix
- Kontinuierliche Sichtung von Trends und Vorschlag für die Optimierung der Markenstrategie
- Budgetverantwortung für die zugeordnete Warengruppe

2.2 Anforderungsprofil

Der/Die ideale Kandidat/in bringt ein kaufmännisches Studium oder eine vergleichbare kaufmännische Ausbildung mit. Er/Sie hat ca. 3-5 Jahre Berufserfahrung im Produktmanagement eines Konsumgüterunternehmens vorzugsweise aus der Lebensmittel-/Getränkebranche und

- ist in der Lage die strategische Unternehmensziele auf einzelne Marken und Maßnahmen herunter zu brechen
- hat Spaß daran, Veränderungen zu initiieren
- zeigt hohes Kundenverständnis und Kundenorientierung
- hat Gefühl für das Machbare des relevanten Produktbereiches
- hat ein profundes Marketing-Know-how
- hat Bezug zum Vertrieb und den relevanten Märkten
- ist ein pragmatischer Macher/Umsetzer, der Inhalte vorantreibt
- zeigt sich eigenverantwortlich und engagiert
- ist kommunikativ und teamfähig
- ist eine gewinnende Persönlichkeit und mit souveränem Auftreten
- sehr gutes Englisch in Wort und Schrift
- gute AC Nielsen und MS-Office Kenntnisse

2.3 Berichtsweg

Der/Die Stelleninhaber/in berichtet direkt an die Geschäftsführung

2.4 Standort

Zentral in Westdeutschland mit guter infrastruktureller Anbindung

3. Allgemeines

Der Kandidat (m/w) verpflichtet sich, alle im Rahmen des Bewerbungsprozesses bekannt gewordenen Informationen, insbesondere Adresse, Name, Firmierung und Ansprechpersonen des Auftraggebers von TW CONSULT geheim zu halten und nicht an Dritte weiter zu geben.

4. Kontakt

TW CONSULT
search & selection
Veilchenstr.1
85609 Aschheim/ München
Tel.: +49 (0)89 26019814
Fax: +49 (0)89 72480798
Mail: muenchen@tw-consult.com
Web: www.tw-consult.com