

Product Line Manager « Pompes » H/F - CDI

Basée à Nozay (91), 3SP Technologies est une PME de 95 salariés qui conçoit et fabrique des diodes lasers de puissance et de transmission et des modules optoélectroniques pour les réseaux optiques de communication et les applications industrielles.

Grâce à sa filière technologique de réalisation de semi-conducteurs AsGa et en InP héritée d'Alcatel-Optronics, notre entreprise a pour mission d'être un partenaire et un fournisseur fiable de rang mondial pour les industries qui utilisent les technologies laser avancées.

Aujourd'hui, nous recherchons un PLM « Pompes » H/F en CDI.

ROLE PRINCIPAL

Directement placé sous la double responsabilité du VP Marketing du Groupe O-Net et du Directeur Général de 3SP Technologies, il prend en charge la ligne de produits « Composants Laser AsGa pour amplification » avec pour mission de développer, dynamiser et de rentabiliser les produits pompes 980nm terrestres et sous-marines pour applications télécom mais aussi 1064nm voire 1550nm pour applications non télécom (LIDAR, LAF, etc...) de la société.

Responsable du renouvellement et de la diversification de ses lignes de produits, il est le vecteur essentiel de la stratégie d'innovation de la société, et, à ce titre, impulse et valide les choix de développement de nouvelles plateformes technologiques, définit le cahier des charges fonctionnel des produits à fort potentiel, étudie l'opportunité du lancement de nouveaux produits - ou de l'adaptation de certains produits - aux marchés visés par l'entreprise et accompagne leur développement tout au long de leur cycle de vie.

En accord avec la stratégie marketing définie par le Groupe, il élabore, met en œuvre et contrôle la réalisation et l'efficacité du plan marketing de ses produits. Il a la responsabilité des résultats, du chiffre d'affaires, du maintien et du développement des parts de marché de la société sur sa ligne de produits.

Missions/Tâches

- Il analyse en permanence les marchés de l'optoélectronique et de la photonique, leur évolution et l'activité de la concurrence. Il synthétise les informations recueillies auprès de la clientèle et des équipes de vente. Si nécessaire, il fait réaliser des études de marché spécifiques, en coordination avec le marketing stratégique.
- Il étudie la faisabilité économique et technique de nouveaux produits (ou de l'adaptation de produits existants), en étroite collaboration avec la R&D et l'ingénierie.
- Il élabore les roadmaps produits en ligne avec les besoins du marché, et en coordination avec le marketing stratégique et la R&D.
- Il soumet des idées de développement de nouveaux produits via les RD0.
- Il participe activement à la planification des programmes de développement des nouveaux produits, en coordination avec la R&D et l'ingénierie, notamment lors de la phase 1 du PLC, phase dans laquelle il rédige les spécifications fonctionnelles du produit à développer.
- Il participe aux revues de développement des produits et projets de R&D collaboratifs.
- Il élabore le Plan Marketing, y inclus les spécifications produits et le business case, s'engage sur les parts de marché visées, les prévisions de vente, et les objectifs de rentabilité en fixant les «target costs». Il définit et propose une politique de prix visant l'amélioration des marges.
- Il manage le cycle de vie complet des produits de sa ligne, en coordination avec la R&D et les opérations.
- Il collabore à l'élaboration et au suivi des objectifs industriels qui découlent de son plan marketing. Il participe aux réunions de suivi technique et peut proposer d'éventuelles adaptations permettant de préserver les objectifs marketings.
- Il a un rôle de soutien commercial au quotidien (visites clients, préparation des réponses aux RFI et RFQ, support à l'établissement de contrats commerciaux, support technique de premier niveau) et promotionnel (formation distributeurs, présentations lors de salons professionnels, ...). Il pilote l'annonce des produits en liaison avec le réseau commercial. Il définit les outils d'aide à la vente (argumentaires, datasheets, kits échantillons, présentations, ...) nécessaires à la commercialisation.

- Il gère les spécifications clients, avec le support de la R&D et des opérations.
- Il contrôle la mise en œuvre du plan marketing, en assurant un suivi des indicateurs économiques significatifs et leur communication vers l'équipe de direction : chiffre d'affaires, marges, activités de design auprès des clients, prix, parts de marché, stocks. Il veille à la compétitivité de son offre produit en mesurant la réceptivité des clients et en préconisant les améliorations éventuelles (amélioration des performances, programme de réduction des coûts, etc.)
- Il peut être amené à gérer des partenariats avec des fournisseurs / Clients / Concurrents stratégiques. A ce titre, il définit et supporte la participation de la société aux MSA (Multi Source Agreements).
- Il pourra être amené à structurer des projets de collaboration avec des financeurs institutionnels (Communauté Européenne, Ministères, Pôle de compétitivité,...) ou des clients (NRE).
- Il participe à l'élaboration du budget de l'entreprise
- Avec le support des ventes, il établit les prévisions commerciales à 12 mois permettant de décliner le Plan Directeur de Production.
- Il apporte également un support au service qualité pour la résolution des RMA via la validation des FAR.

Moyens/Ressources

- Accès salons spécialisés
- Site WEB et Intranet
- Achat d'études « clés en main » possible
- Budget voyage pour visites clients
- Budget échantillons
- Accès Internet

Interface clé

- Interne : Responsables programmes R&D 3SPT et O-NET, des programmes Industriels 3SPT et O-NET, les PM du Groupe O-NET, les ventes, les opérations, le Customer Service, la Supply Chain, et le service Finance de 3SPT
- Externe : Clients / Distributeurs, Clients potentiels et clients finaux, fournisseurs, concurrents, CMs

Caractéristique principale de la contribution

- Contribution de nature individuelle mais transverse, et managériale (au sens projet du terme)
- Spécialiste du marché des composants optiques
- Expertise en packaging de composants optoélectroniques
- Très grande autonomie requise

Spécificités

- Nombreux déplacements à prévoir, notamment à l'étranger
- Poste soumis à pression importante
- Besoin d'être opérationnel immédiatement sur le poste
- Flexibilité horaire importante (y inclus quelques WE dans l'année)

Profil des candidats

Compétences techniques

- Formation initiale : Diplômé d'une école d'Ingénieur (BAC+5) ou titulaire d'une maîtrise ou d'un DEA en optique ou physique, avec formation complémentaire de type commerciale et/ou première expérience commerciale / technico-commerciale réussie.
- Expérience professionnelle : 5 années d'expérience dont au moins 2 à un poste similaire ou au sein d'un service commercial et dans un environnement technique similaire. Une expérience réussie dans le domaine des composants optiques serait un plus.
- Connaissances et niveau : Niveau BAC+4 minimum avec double compétence, technique et commerciale. Connaissance du marché de la fibre optique et des méthodologies commerciales, financières et marketing de base.
- Connaissances de base : Parfaite maîtrise de l'Anglais indispensable.

Compétences personnelles/comportement

- Capacité d'écoute, ouverture intellectuelle
- Esprit d'analyse, de synthèse
- Rigueur
- Créativité
- Pragmatisme, sens des réalités
- Grande autonomie
- Très bon relationnel, charisme
- Capacité d'adaptation
- Grande culture générale
- Capacité d'anticipation
- Proactivité

Poste à pourvoir dès que possible.

Si cette offre vous intéresse, nous vous invitons à transmettre votre candidature à l'adresse suivante : rh@3spgroup.com