

Descriptif de poste

Directeur de la Production et de la Commercialisation (DPRO)

Mission

Dans le respect des orientations stratégiques confiées à la direction générale de l'entreprise, le Directeur de la Production et de la Commercialisation assure la mise en œuvre, au nom du Directeur Général, des activités spécifiques de la société relatives aux activités de production de matériaux locaux, de promotion de ces derniers et de commercialisation de ces derniers.

Le directeur de production contribue à proposer une stratégie de fabrication avant d'en mettre en œuvre la stratégie d'action adoptée, d'en faire déployer les plans et de faire engager, sur le terrain, les programmes à exécuter de la façon la plus performante et la plus productive possible. En outre, il contribue à proposer une stratégie de promotion et de commercialisation puis à mettre en œuvre celle adoptée, l'organiser, l'animer et la superviser son déploiement direct via ses équipes et indirect, via ses réseaux extérieurs organisés de vente. Il étudie, en permanence, les voies et moyens d'accroître les ventes, le chiffre d'affaires et la marge commerciale en cherchant à optimiser la performance et assurer la pérennité de l'entreprise pour assurer les ressources de l'entreprise et son essor fonctionnel et bénéficiaire. La stratégie de promotion sera concertée, étroitement, avec les autres départements et différentes responsables concernés tels ceux chargés de la communication, de la coopération, etc.

Tâches principales

Les tâches du DPRO consistent, entre autres, en ce qui suit.

- Définir et mettre en place les objectifs de production. Établir les plans de charge, quantités, volumes, rythmes de production, pour les lignes de production.
- Analyser les besoins en matière d'investissements liés à la production.
- Prévoir et gérer les budgets de production.
- Organiser, coordonner et gérer la production en assurant le contrôle et le suivi opérationnel permanent de la production.
- Définir et suivre les indicateurs de performance.
- Établir les méthodes de travail et de contrôle de la qualité.
- Encadrer et gérer les équipes, en veillant à leur formation spécifique et continue, autant que faire se peut.

- Veille à la maintenance et à l'entretien des machines ainsi qu'à leur rentabilité
- Veille au bon renouvellement des équipements.
- Identifier les dysfonctionnements et y pallier
- Assurer une bonne performance technique et de la production dans l'adéquation des ressources, compétences et qualités des ressources humaines directes et indirectes.
- Assurer le reporting des performances en matière de production.
- Analyser du marché des matériaux locaux et de son évolution afin d'en détecter les opportunités. Veille sur les activités des différents opérateurs sur toute la chaîne de valeurs,
- Élaborer et mise en œuvre de la stratégie commerciale :
 - Contribuer à proposer une politique commerciale de l'entreprise et en tirer et proposer le plan d'action commercial à faire valider : fixation des objectifs commerciaux selon les objectifs de rentabilité économique de l'entreprise, développement des marchés existants et/ou de nouveaux marchés, ciblage des clients et conquête de prospects, priorisation des actions opérationnelles, prévisions des volumes de ventes, etc.
 - Fixer des objectifs de vente à moyen ou à long terme.
 - Établir le budget de fonctionnement de la direction commerciale (moyens humains et financiers) en étroite collaboration avec la direction générale et la direction administrative et financière.
 - Définir le positionnement de l'entreprise, identifier les évolutions du marché et détecter les opportunités de croissance en collaboration avec la direction du marketing, en s'appuyant sur des études de marché (prospection d'une nouvelle clientèle, analyse concurrentielle, attractivité du secteur, choix des canaux de distribution...). Le but étant de garantir la satisfaction et la fidélisation des clients actuels et futurs en améliorant et développant l'offre commerciale proposée.
- Assurer la promotion et le marketing :
 - Construire le discours promotionnel en vue de la diffusion et du développement de l'utilisation de nouveaux matériaux locaux, de nouveaux métiers sur tous les niveaux de leur chaîne de valeur respectifs (promotion à vocation nationale ou générale).
 - Construire le discours promotionnel en vue de la diffusion et du développement de l'utilisation de nouveaux matériaux locaux produits par la société (promotion à vocation commerciale pour l'entreprise).
 - Construire le discours commercial.
 - Accroître la visibilité de l'entreprise et promouvoir son image en collaboration avec la direction de la communication : organisation et participation à des salons, conférences et autres événements professionnels en tant que représentant de l'entreprise, mise en place de partenariats et sponsoring, etc.
 - Collaborer étroitement avec la Direction du Centre de Développement des Matériaux en vue de l'exploitation des éléments pertinents et crédibles à valoriser.
- Organiser des actions de commercialisation.
- Développement de partenariats :
 - Se constituer un réseau de partenaires.
 - Gérer les relations avec des partenaires stratégiques et/ou les clients grands comptes de l'entreprise : négocier directement les accords commerciaux et/ou répondre aux appels d'offres lorsqu'il s'agit de contrats stratégiques, le but étant d'assurer la fidélisation de ces clients pour l'entreprise.
- Piloter et encadrer des équipes commerciales :
 - Animer, motiver et fédérer les équipes autour d'une stratégie commerciale commune et leur transmettre les informations stratégiques (objectifs

- opérationnels, critères d'évaluation...) en organisant et animant des réunions d'équipe.
- Organiser et coordonner les activités commerciales de ses collaborateurs (chefs des ventes, commerciaux) dans une logique d'optimisation de la performance individuelle et collective.
- Accompagner le développement des compétences de ses collaborateurs : détecter les éventuelles difficultés auxquelles ils peuvent être confrontés, identifier leurs besoins et proposer des formations adéquates.
- Intervenir en tant que référent en support des équipes commerciales et les accompagner sur le terrain lorsqu'il s'agit de dossiers complexes, lors des phases de négociation par exemple.
- Suivre et analyser des performances commerciales
 - Suivre et analyser les indicateurs de performance commerciale : résultats commerciaux au niveau global mais aussi déclinés par équipe, par zone géographique ou encore par collaborateur, en veillant à l'atteinte des objectifs individuels et collectifs.
 - Assurer un reporting auprès de la direction générale grâce à la conception et mise à jour de tableaux de bord présentant les indicateurs en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité (volumes de ventes, évolution par rapport au mois ou à l'année précédente, montant des bénéfices, taux de marge réalisé, valeur moyenne d'une transaction, taux de conversion, etc.) ou d'expérience client (niveau de satisfaction, intention de rachat, taux de recommandation...).
 - Réorienter, si nécessaire, le plan d'action commercial initialement élaboré avec la direction générale et proposer des pistes d'optimisation.
- Être force propositions proactives et initiatives au Directeur Général dans le cadre de sa fonction.
- Assurer la fixation annuelle des principaux objectifs ciblés et des objectifs minimaux de chaque volet de ses activités pour chaque année et pour chaque trimestre ou deux mois après le début de sa prise de fonction.
- Assurer la production mensuelle et annuelle d'un rapport de d'avancement qualitatif, quantitatif, comparatif et critique de chaque volet de son département.
- Assurer toute autre tâche directement ou indirectement liée à sa fonction que lui affectera le Directeur Général.
- Assurer tout intérim provisoire, cumulativement à ses tâches, que le directeur Général lui affecterait.
- Le DPRO s'aide de 3 services qu'il supervise, gère et développe en veillant à l'exécution de leurs tâches qui sont listées ci-après.
 - **Service Production de Matériaux (CSPROD-DPRO)**
 - **Service Partenariats Industriels & Artisanaux (CSPART-DPRO)**
 - **Service Technico-Commercial (CSTCOM-DPRO)**
- Le DPRO peut également se voir ajouter toute autre tâche régulière, provisoire ou exceptionnelle.

Grade

Au moins de catégorie « Cadres supérieurs » de la série 3 dans l'index de classement de catégorie de personnels utilisés.

Dépendances

En amont

- Le DPRO dépend directement du Directeur Général et, si un directeur général adjoint est désigné, il dépendra, en second lieu, de ce dernier aussi.
- Le DPRO développe ses activités dans l'application des conseils et la prise en compte de l'expertise apportée par les Conseillers Techniques et les Chargés de Mission de la Direction Générale. Il doit leur fournir, dans les meilleurs délais, toutes informations qu'ils demandent dans le cadre de l'activité de l'entreprise.

En parallèle

- Le DPRO doit collaborer étroitement et en symbiose avec les autres directeurs et chefs de projets de l'entreprise afin d'assurer le meilleur support possible en vue de la réalisation raisonnable de leurs activités. Il doit leur apporter toutes informations qu'ils demandent pertinemment dans le cadre de l'activité de l'entreprise.
- Le DPRO doit collaborer avec les responsables de cellules spéciales de l'entreprise. Il doit leur fournir, dans l'immédiat, toutes informations qu'ils demandent dans le cadre de l'activité de l'entreprise.

En aval

- Le DPRO dirige au moins les 3 services suivants.
 - Service Production de Matériaux (CSPROD-DPRO)
 - Service Partenariats Industriels & Artisanaux (CSPART-DPRO)
 - Service Technico-Commercial (CSTCOM-DPRO)
- Le DPRO peut se voir ajouté d'autres services réguliers, provisoires ou exceptionnels, sous sa dépendance, si cela s'avérait utile.

Qualités requises pour l'admissibilité à la fonction

Qualités indispensables :

- Au moins un diplôme de niveau bac+5 en ingénierie électromécanique, de production de génie des procédés industriels ou autre discipline scientifique ou technique avec 10 ans d'expérience en tant que cadre supérieur ou si n'ayant pas un tel niveau bac+5, au moins 25 ans d'expérience de l'entreprise (de type PME, au moins) et cela avec 15 ans d'expérience en tant que cadre supérieur.
- Au moins 5 ans d'expérience dans le domaine de la production, de l'exploitation ou du technico-commercial, en tant que cadre supérieur.
- Au moins 5 ans d'expérience en tant que chef de département, de chef de service ou d'un poste d'importance équivalente au sein d'une PME.
- Maîtrise écrite et orale de l'arabe et du français.

En outre, les qualités suivantes sont souhaitables :

- Diplôme d'ingénieur commercial ou bonnes références académiques ou expérience en matière de management d'entreprise, de gestion technico-commerciale ou de marketing commercial.
- Une bonne capacité de rédaction.
- Connaissance de l'anglais écrit souhaitée.

Grille d'évaluation

Les candidats au poste, disposant des qualités indispensables citées ci-avant, peuvent être départagés, éventuellement, par le score global qu'ils obtiendront par suite d'une évaluation sur la base de la grille ci-après.

Grille d'évaluation

Poste cible: DPRO

Candidat:

Référence:

Score	Signification
5	Excellent
4	Bon
3	Moyen
2	Faible
1	Très faible
0	Nul

RESULTATS DE L' EVALUATION

Critères d'évaluation	NOTATION		Commentaires	Score partiel
	Note	Pondération (%)		
Expérience		60%		
<ul style="list-style-type: none"> Au moins 10 ans d'expérience en tant que cadre supérieur (si titulaire d'un bac+5 en ingénierie électromécanique, de production de génie des procédés industriels ou autre discipline scientifique ou technique) sinon au moins 25 ans d'expérience de l'entreprise (de type PME, au moins) et cela avec 15 ans d'expérience en tant que cadre supérieur. 	/ 5	25%		
<ul style="list-style-type: none"> Au moins 5 ans d'expérience dans le domaine de la production, de l'exploitation ou du technico-commercial, en tant que cadre supérieur. 	/ 5	20%		
<ul style="list-style-type: none"> Au moins 5 ans d'expérience en tant que chef de département, de chef de service ou d'un poste d'importance équivalente au sein d'une PME. 	/ 5	10%		
<ul style="list-style-type: none"> Maîtrise de l'utilisation des logiciels classiques de bureautique d'édition de texte, de tableur de calculs en série, de navigation internet. 	/5	5%		

Formation		30%	
Formation professionnelle et universitaire			
▪ Niveau Bac+5.	/ 5	20%	
Langues			
▪ Maîtrise écrite et orale de l'arabe et du français.	/ 5	5%	
Informatique			
▪ Maîtrise de l'utilisation des logiciels classiques de bureautique d'édition de texte, de tableur de calculs en série, de navigation internet	/ 5	5%	
Autres qualités spéciales requises		20%	
▪ Diplôme d'ingénieur commercial ou bonnes références académiques ou expérience en matière de management d'entreprise, de gestion technico-commerciale ou de marketing commercial.	/ 5	10%	
▪ Une bonne capacité de rédaction.	/ 5	6%	
▪ Connaissance de l'anglais écrit.	/ 5	4%	
		100%	Score global: 0%

