



## BRAND AMBASSADOR HENDRICK'S GIN

ROLE: **BRAND AMBASSADOR**  
SOCIETE: **PWP x WILLIAM GRANTS**  
MARQUE: **HENDRICK'S GIN**  
TEMPS: **PLEIN**  
STATUT: **CDI**

[candidature@pwpagence.fr](mailto:candidature@pwpagence.fr)



Hendrick's Gin, seul gin infusé à la rose et au concombre, recherche un.e Brand Ambassador en mesure d'incarner la marque de gin super premium la plus insolite du marché !

Dynamique, autonome et curieux.se avec un fort sens relationnel et une bonne connaissance du CHR et de la mixologie, vous aurez la charge du développement de la marque et de son image auprès des clients et des consommateurs.

Organisé.e et enthousiaste, vous avez le goût du challenge et faites preuve d'initiative et de bon sens.

Et vous êtes par-dessus tout, amateur.trice de roses et de cucurbitacées !

### MISSION

#### 1. Développer la présence, la visibilité et la prescription de la marque en On Trade.

Les objectifs :

- Développer la préférence et prescription de Hendrick's Gin auprès des professionnels pour les engager durablement et en faire de vrais « brand lovers »
- Améliorer la présence, la visibilité et les rotations d'Hendrick's Gin dans les différents réseaux
- Installer la stratégie cocktails de la marque en établissements et s'assurer du Perfect Serve
- Développer des bastions de marque Hendrick's Gin

Les actions :

- Organiser et animer des sessions de formation auprès des bartenders, Caves à images & Distributeurs premium.
- Organiser des events réguliers auprès des bartenders afin de susciter leur intérêt
- Faire vivre la communauté bartenders tout au long de l'année au travers d'un programme advocacy dédié
- Conseiller les bartenders dans la façon de revendre et d'animer la marque
- Accompagner de manière régulière les chefs de secteur WGSF sur le terrain
- Maximiser la visibilité de la marque lors de salons/événements.

#### 2. Développer la notoriété et l'essai de la marque auprès de la cible consommateurs établie

Les objectifs :

- Faire découvrir la marque Hendrick's et son univers dans les établissements stratégiques pour la marque
- Créer un lien fort entre la marque et les consommateurs

Les actions :

- Participation aux événements consommateurs les plus importants
- Aide au développement stratégique et expérientiel sur la marque
- Interaction avec des journalistes et influenceurs / Blogueurs
- Activation des réseaux sociaux

SUIVI, PLANNING ET REPORTING :



L'ambassadeur de marque organise de manière autonome son activité en respectant les guidelines annuelles qui lui sont fixées ainsi que les demandes marketing et commerciale.

L'ambassadeur de marque rend compte de ses actions avec un reporting hebdomadaire auprès de son responsable direct chez PWP et auprès de son contact référent chez WGSF. Il rend compte également de ses actions dans les établissements auprès des responsables de secteur et des directeurs régionaux concernés.

L'ambassadeur doit également assurer une veille permanente sur la concurrence et les tendances de consommation.

L'ambassadeur travaille en étroite relation avec :

- Le chef de marque concerné
- Le Brand Ambassadeur Global
- Les responsables de secteur On Trade

#### **MESURE DES KPI's :**

- Objectifs qualitatifs et quantitatifs définis annuellement.

#### **PROFIL :**

- Capable d'incarner une marque qui possède un univers fort & décalé
- Motivé et passionné par l'univers du bar des spiritueux
- Être capable de comprendre à la fois les attentes de la marque et les contraintes des consommateurs, des clients et des équipes commerciales
- Être à l'écoute permanente de ce que font nos concurrents et nos clients
- Communiquer harmonieusement avec les équipes commerciales, marketing et les agences externes
- Toujours en quête d'optimisation dans son métier
- Charismatique et bon orateur
- Permis B indispensable

#### **COMPETENCES PROFESSIONNELLES :**

- Expérience dans le milieu du bar cocktail ou premium
- Très bonne connaissance du CHD (clients/marchés/concurrence)
- Maîtrise de l'anglais
- Maîtrise des outils informatiques (Pack Office)
- Communiquer avec aisance et transparence

#### **SAVOIR FAIRE ET DE SAVOIR ÊTRE :**

- Respect de la hiérarchie
- Autonomie
- Sens du relationnel
- Capacité à travailler en transversal avec les commerciaux et le marketing
- Ouverture d'esprit
- Rigueur administrative
- Force de proposition