



Capsule d'information

À l'intention des agents, fournisseurs et délégations commerciales

Montréal, le 4 août 2006 – Le vice-président à la Commercialisation, monsieur Alain Brunet, annonce une restructuration au sein de la division touchant les services du marchandisage et du marketing. Dans une optique d'efficacité, cette restructuration permettra de mieux répondre aux besoins grandissants de notre clientèle et de nos partenaires d'affaires en optimisant l'utilisation des ressources dans la gestion et l'exécution des programmes commerciaux, ainsi que dans le marketing relationnel; deux secteurs en émergence.

Marchandisage

Ainsi, le Service du marchandisage est scindé en deux : Marchandisage succursales et Vente et coordination des programmes commerciaux. Ces services seront sous la gouverne de Jean Chouzenoux, récemment nommé directeur principal à la Commercialisation.

Denis Chayer se consacrera maintenant exclusivement à l'exécution de la planographie et des programmes commerciaux en succursales à titre de directeur Marchandisage succursales.

Pour le Service **vente et coordination des programmes commerciaux**, un nouveau défi est donné à Dominique Bérubé, nommée directrice de ce service, qui assurait auparavant l'intérim à la Direction de la recherche marketing. Sous madame Bérubé, vous pouvez toujours contacter Sabrina Boucher pour la vente des forfaits promotionnels, Nathalie Bélanger pour le support sur PromoPunch et Carine Soulard pour l'approbation du matériel promotionnel.

Marketing

Le Service marketing se départ de la Recherche marketing qui se voit rapatriée au Développement stratégique, de sorte que tous les volets de recherche et de développement stratégique sont jumelés sous la direction de Gilles Bourque.

Ainsi, le Marketing se concentre en trois services : Communication-Marketing pour les Conviviaux-Découvreurs, Communication-Marketing pour les Passionnés-Connaisseurs et finalement Marketing relationnel, incluant la gestion du site web et le développement d'outils permettant de rejoindre de façon plus personnalisée nos différentes clientèles cibles.

Ces changements, qui entreront en vigueur à compter du 5 septembre 2006, assureront une gestion accrue des programmes commerciaux, de leur vente à leur exécution.

Monsieur Brunet souhaite aux gestionnaires et à leurs équipes beaucoup de succès dans leurs nouveaux défis.