



Chief marketing officer

LE GROUPE BAAK

BAAK est un **atelier de création français basé à Lyon et Los Angeles**, fondé par Rémi REGUIN en 2012. Spécialisé dans la **personnalisation de motocyclettes, d'automobiles et d'accessoires**, BAAK est animé par le savoir-faire de 25 artisans passionnés par leur métiers. Notre travail s'inscrit dans la **tendance du backdating** : offrir un look classique et intemporel à des véhicules modernes. Spécialiste des Triumph, Moto Guzzi, Royal Enfield, BMW NineT et automobiles classiques type Defender ou Mini, nous réalisons des machines à la carte, pour permettre à chacun de profiter du plaisir de rouler avec un véhicule authentique d'exception. **BAAK est aujourd'hui plus qu'une marque, c'est un état d'esprit** où se combinent des valeurs d'harmonie, d'équilibre, de liberté, de sincérité et d'élégance. Les lancements récents de BAAK sur-mesure, BAAK collection et BAAK Aventures témoignent de cet état d'esprit singulier.



La raison d'être de BAAK c'est de créer des expériences et des objets beaux, intemporels, utiles et fonctionnels qui permettent à nos clients d'activer des facettes inexplorées de leur identité.

BAAK est en forte croissance (CAGR de 49% sur 6 ans et plus de 30% en 2021) et réalise 75% de son chiffre d'affaire via le e-commerce dont près de 70% à l'international. BAAK a atteint l'étape clé de l'embauche de son Chief Marketing Officer. Le CMO accompagnera BAAK dans la poursuite de son développement, dans la création d'émotions nouvelles et dans le déploiement de sa stratégie omnicanale et internationale.

MISSIONS CONFIEES

À la tête du département Marketing / communication de BAAK (4 personnes à ce stade, en progression constante du fait de la croissance à 2 chiffres de BAAK) et membre du Comex, ton scope sera composé de la gestion de l'identité de marque, de la com ON/OFF, du contenu, de l'acquisition/rétention et du service client.

Notre modèle d'affaire et les comportements des consommateurs étant en pleine évolution, l'une de tes missions sera d'assurer une **veille** constante du marché (consommateurs et concurrence). Ton objectif sera d'être systématiquement différenciant et d'avoir une longueur d'avance dans notre proposition de valeur.

En terme de **Branding**, le CMO de BAAK est le garant du bon déploiement et de la bonne compréhension dans l'entreprise et auprès de nos cibles et clients de notre **plateforme de marque**. Ton objectif est de pérenniser et renouveler un univers BAAK immédiatement identifiable pour transmettre la vision et les valeurs de la marque BAAK (sincérité, équilibre, élégance et harmonie). Cette visibilité toujours plus forte sera obtenue par la définition d'objectifs clairs (« OKR ») pour l'ensemble de l'organisation, par la compréhension de nos différents Personas, par le choix des canaux d'acquisition, par la définition du bon « tone of voice », par le recours au story telling, par la définition d'un calendrier et d'une ligne éditoriale de bonne tenue et enfin par un marketing mix basé sur les « 4E ».

Pour cette mission, tu es épaulé-e par un chargé de **communication** et un apprenti en **création de contenu**. Cette équipe est complétée par 2 entreprises prestataires de services digitaux (site internet, référencement et suivi de per-

formance du e-commerce). Ton champ d'action s'étend de la com online (réseaux sociaux, site web, blog, emailing, référencement, contenus, etc) à la communication **offline** (presse et événements). Tu es, à ce titre, responsable des relations presse. Tu es également en charge de la **relation client online** et, à ce titre, tu manages 2 personnes en charge de la GRC et des expéditions. Concernant **l'acquisition**, ta mission est de leader la poursuite du déploiement des différents canaux en place et d'identifier et implémenter ceux qui sont le plus adaptés à l'identité de marque de BAAK. C'est aussi d'analyser, cartographier et améliorer les parcours clients afin de faire vivre à nos clients et prospects une **eXpérience Client** sans couture, sincère, sereine et équilibrée, à l'image de BAAK.

A l'aise avec la **data**, tu analyseras l'impact de toutes nos initiatives web et physiques dont tu partageras la performance avec le comex.

Tes compétences, ta capacité à travailler en transversal et ton savoir-être doivent te permettre de fédérer les équipes BAAK en France et aux US autour de la marque et de booster les ventes.

PROFIL RECHERCHÉ

- Formation école de commerce avec une spécialisation en marketing ou équivalent universitaire avec un master en marketing
- Minimum 5 ans d'expérience dans le marketing
- Capacité à aller chercher la bonne data, à l'analyser et à la transformer en information
- Curieux·se et polyvalent·e car le champ d'action est large,
- Sens de l'écoute à conjuguer avec une veille permanente pour détecter au plus tôt de nouvelles opportunités de marché
- Créatif·ve & pragmatique mais aussi stratégique & analytique,
- Qualités de management et de gestion des talents,
- Excellente aisance relationnelle,
- Idéalement une bonne connaissance du secteur et un fort intérêt pour la moto ou l'auto. Idéalement aussi, tu as le permis moto, pour faciliter la supervision des shootings et pour le côté expérientiel de nos produits)
- Langues : Français / Anglais impératif

Vous serez directement rattaché·e à l'équipe dirigeante.

Poste à pourvoir à Lyon, au siège

Poste à pourvoir en CDI

Rémunération à la hauteur de tes compétences et de ton potentiel.

Postuler : recrutement@baakgroup.com

