

# M1705

## MARKETING

### Autres emplois décrits

- Adjoint / Adjointe au directeur / à la directrice marketing
- Adjoint / Adjointe au directeur / à la directrice mercatique
- Assistant / Assistante au directeur / à la directrice marketing
- Assistant / Assistante au directeur / à la directrice mercatique
- Assistant / Assistante marketing
- Chargé / Chargée d'acquisition online
- Chargé / Chargée d'affaires marketing
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats e-commerce
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats web
- Chargé / Chargée de mission marketing
- Chargé / Chargée de projet marketing
- Chef de groupe marketing
- Chef de groupe mercatique
- Consultant / Consultante marketing
- Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne
- Directeur / Directrice de la mercatique
- Directeur / Directrice du marketing
- Directeur / Directrice marketing produits
- Fundraiser - Collecteur / Collectrice de fonds
- Gestionnaire de planning e-mailing
- Mobile marketer
- Responsable acquisition online
- Responsable affiliation et partenariats e-commerce
- Responsable affiliation et partenariats web
- Responsable de département marketing
- Responsable du marketing
- Responsable marketing
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing Internet
- Responsable mercaticien / mercaticienne
- Web marketer

### Définition

- Définit et met en oeuvre la stratégie marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques, ...) pour l'ensemble des produits de l'entreprise.
- Peut diriger un service ou coordonner l'activité d'une équipe.

### Accès à l'emploi

Ce métier est accessible à partir d'un Master (M1, Master professionnel, diplôme d'école de commerce, ...) dans un secteur technique ou commercial, complété par une expérience professionnelle en tant que chef de produit ou chef de groupe.

La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, est exigée.

### Compétences

#### Savoir-faire

Relation client

Assister les collaborateurs au niveau commercial et technique

---

## Développement commercial

### **Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles**

Mener une campagne d'e-mailing

Analyser les insights et les usages des consommateurs

Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs

Mesurer le Retour sur investissement (ROI) d'une action marketing

### **Élaborer un plan marketing, une stratégie de marque et de communication**

Développer l'image et la notoriété d'une entreprise

Participer aux phases créatives d'un projet marketing

Réaliser une étude marketing

---

## Stratégie de développement

Concevoir et gérer un projet

Définir les cibles grands donateurs

Qualifier le potentiel des grands donateurs

### **Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance**

Définir une stratégie de développement d'une activité ou de produits

Participer à la définition d'une stratégie de développement de produits

Améliorer le positionnement d'un site web

Élaborer une stratégie de marketing digital

---

## Gestion administrative

### **Rédiger un rapport, un compte rendu d'activité**

Assurer la gestion administrative d'une activité

---

## Gestion et contrôle

### **Élaborer, suivre et piloter un budget**

### **Réaliser des opérations comptables**

Définir la stratégie financière d'une structure

---

## Management

### **Animer, coordonner une équipe**

---

## Gestion des Ressources Humaines

Gérer les ressources humaines

### **Concevoir et piloter une politique de gestion des ressources humaines**

---

## Communication, Multimédia

### **Concevoir des supports de communication et d'image**

---

## Organisation

### **Utiliser les outils bureautiques**

---

## Communication

### **Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier**

---

## Savoir-être professionnels

Être à l'écoute, faire preuve d'empathie

Prendre des initiatives et être force de proposition

Faire preuve de créativité, d'inventivité

---

## Savoirs

Domaines d'expertise	<p>Approvisionnement en ligne / E achat</p> <p>Insights marketing</p> <p><b>Merchandising / Marchandisage</b></p> <p><b>Webmarketing</b></p> <p><b>Business Intelligence (BI) / Informatique décisionnelle</b></p> <p><b>Outils de web analyse - web analytics</b></p> <p><b>Search Engine Marketing (SEM)</b></p> <p>Économétrie</p> <p><b>Typologie du client</b></p> <p><b>Analyse statistique</b></p>
Normes et procédés	<p><b>Marketing des réseaux sociaux</b></p> <p><b>Marketing digital</b></p> <p><b>Marketing mobile</b></p> <p><b>Marketing online</b></p> <p>Marketing relationnel</p> <p><b>Outils de planification</b></p> <p><b>Droit commercial</b></p> <p><b>Législation sociale</b></p> <p>Réglementation du commerce électronique</p>
Techniques professionnelles	<b>Techniques de planification</b>

## Contextes de travail

	Conditions de travail et risques professionnels	<p>Déplacements professionnels</p> <p>Possibilité de télétravail</p>
	Types de structures	Association

## Secteurs d'activité

• Communication et marketing
------------------------------