

• Chef de projet marketing clients

- Chargé(e) d'études marketing
- Directeur du département marketing

Intitulé du métier

Chef de projet marketing clients

Autres appellations du métier

Chef de projet opérations commerciales

Définition ou description synthétique du métier

Le chef de projet marketing clients participe à la définition de la stratégie marketing clients. Il élabore les opérations de marketing direct, assure le suivi des résultats et leur diffusion.

Accès au métier

La formation initiale correspond à un Bac + 4/5 d'école de commerce ou d'études marketing à l'université. L'accès au métier peut se faire directement après ses études.

Conditions de travail

La charge de travail peut varier en fonction du déroulement des opérations de marketing direct.

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, il est en lien avec le personnel marketing, commercial.

En externe, il est en lien avec les sous-traitants ou prestataires externes.

Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

Marketing

- Suivre le budget des différentes opérations
- Suivre et contrôler la fabrication des différents documents marketing
- Diffuser l'information aux différentes fonctions impliquées dans les opérations marketing clients
- Assurer une veille dans son domaine

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- Maîtriser les techniques de marketing direct

Savoirs de l'action (savoir-faire)

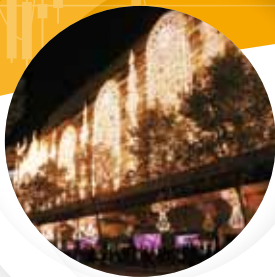
- Savoir analyser et mesurer les résultats des opérations
- Savoir respecter le budget des opérations
- Savoir décliner des plans d'actions par type de cible
- Savoir présenter les opérations à l'oral
- Rédiger des rapports, synthèses, bilans

Compétences relationnelles et comportementales

- Avoir une rigueur importante dans son activité et de la méthode dans la gestion et le suivi des opérations
- Avoir un esprit de synthèse
- Savoir animer des opérations y compris en magasin

Environnement de travail

Le niveau de responsabilité varie en fonction de l'expérience de la personne (chef de projet senior ou junior) et de ce fait, des différences dans les activités prises en charge peuvent être constatées.



- Chef de projet marketing clients
- **Chargé(e) d'études marketing**
- Directeur du département marketing

Intitulé du métier

Chargé(e) d'études marketing

Autres appellations du métier

Chef de projet études marketing

Définition ou description synthétique du métier

Le chargé d'études marketing réalise les études marketing correspondant à la stratégie de l'enseigne. Il contribue à une meilleure connaissance de la clientèle et à la fiabilité, cohérence des bases de données marketing.

Accès au métier

La formation initiale correspond à un Bac + 4/5 d'école de commerce ou d'études marketing à l'université. L'accès au métier peut se faire directement après ses études.

Conditions de travail

L'activité est réalisée en grande partie sur ordinateur

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, il est en lien avec le personnel marketing, commercial.

En externe, il est en lien avec les sous-traitants ou prestataires externes.

Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

Marketing

- Réaliser des études quantitatives en faisant des extractions de données
- Analyser les résultats
- Gérer les bases de données marketing
- Proposer des extractions et des ciblage d'analyse
- Rédiger des rapports d'analyse
- Se coordonner avec les services support ou les prestataires externes
- Assurer une veille dans son domaine

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- Maîtriser les techniques des études quantitatives
- Maîtriser les outils informatiques et la gestion des bases de données marketing
- Maîtriser les traitements statistiques

Savoirs de l'action (savoir-faire)

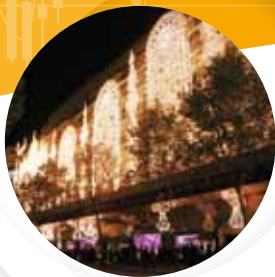
- Suivre les évolutions technologiques afin de proposer des améliorations au niveau des outils
- Savoir structurer une restitution écrite ou orale de résultats d'études
- Savoir analyser qualitativement les résultats de ses études et contribuer à comprendre les évolutions des marchés ou de la demande

Compétences relationnelles et comportementales

- Avoir une rigueur importante dans son activité et de la méthode dans la gestion et le suivi des opérations
- Avoir un esprit de synthèse

Environnement de travail

Selon les organisations, le périmètre des activités en charge peut varier et être plus ou moins spécialisé. Il peut également dépendre de l'expérience de la personne (chargé d'études senior ou junior).



- Chef de projet marketing clients
- Chargé(e) d'études marketing
- **Directeur du département marketing**

Intitulé du métier

Directeur du département marketing

Autres appellations du métier

Directeur marketing, directeur marketing clients/études

Définition ou description synthétique du métier

Le directeur de département marketing conçoit la stratégie et le plan d'action marketing de l'enseigne. En s'appuyant sur son équipe, il a la responsabilité de construire des opérations de marketing client et de décider des études à réaliser, de les suivre, d'analyser leurs résultats et d'élaborer des plans d'actions déclinés par cible. Il contribue à la conquête de nouveaux marchés et à la fidélisation de la clientèle actuelle.

Accès au métier

Les formations initiales en école de commerce sont fréquentes. Le métier est accessible suite à une expérience confirmée mais plusieurs profils sont possibles selon l'enseigne.

Conditions de travail

Certains déplacements peuvent être à réaliser.

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

Il est en lien avec l'ensemble du personnel marketing, achats, les services support (informatique, finance, RH,...) et la direction commerciale. En externe, il est en lien avec des sous-traitants ou prestataires.

Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

Management

- Assurer le pilotage de ses équipes
- Animer des réunions pour informer et communiquer avec son personnel
- Déléguer des missions ou des projets et en assurer le suivi
- Développer les compétences de son personnel
- Valider le plan de formation avec les ressources humaines
- Recruter ou valider le recrutement du personnel du département
- Réaliser les entretiens d'évaluation
- Mettre en œuvre la politique de rémunération fixée

Marketing

- Analyser les tendances du marché, de la demande
- Coordonner, superviser les études, les projets et en assurer le suivi
- Élaborer la stratégie marketing et le plan d'action marketing
- Planifier et organiser les études marketing
- Organiser des opérations de communication
- Rédiger des rapports et des bilans

Gestion

- Réaliser un budget prévisionnel
- Suivre les budgets des différents projets, études et opérations marketing
- Assurer le reporting des indicateurs de gestion et d'activité
- Organiser des réunions de présentation

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- Maîtriser les techniques de marketing et les outils correspondants
- Connaître les techniques de communication
- Maîtriser les techniques de management
- Maîtriser les méthodes d'analyse et les modèles marketing

Savoirs de l'action (savoir-faire)

- Savoir établir un plan marketing
- Savoir mettre en place des indicateurs de gestion et suivre un budget marketing
- Disposer d'une forte capacité d'analyse et de synthèse
- Savoir manager une équipe
- Savoir piloter un projet depuis la conception jusqu'à la réalisation et l'analyse des résultats
- Savoir élaborer un plan de collection
- Maîtriser l'environnement du marketing relationnel, de la communication, de la publicité, de la presse
- Savoir mobiliser des réseaux relationnels (médias, presse,...)
- Savoir analyser les résultats des études afin de les traduire en plan d'action
- Savoir identifier les axes prioritaires et organiser l'activité marketing en conséquence

Compétences relationnelles et comportementales

- Savoir travailler en équipe
- Disposer d'une forte capacité à piloter, superviser et gérer un projet dans son ensemble
- Être force de proposition et bien appréhender les tendances émergentes
- Savoir négocier

Environnement de travail

Selon les situations, le directeur marketing peut lui-même prendre en charge la réalisation d'études marketing stratégiques ou complexes.