



- 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.