

CHARGÉ DE CIBLAGE (H/F)

Il/elle pilote l'ensemble des solutions applicatives liées aux points de contacts et parcours des clients.
Il/elle est chargé de définir et de mettre en œuvre des stratégies de ciblage pour les campagnes marketing.

➤ Accès à l'emploi

Les formations/certifications courantes pour accéder à l'emploi (cette liste n'étant pas exhaustive) sont :

- RNCP24815 - Assistant web et marketing (niv.5)
- BUT - Information-Communication : Information numérique dans les organisations
- RNCP36877 - Chef de projet marketing digital et communication (niv.6)
- Licence professionnelle - E-commerce et marketing numérique

Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé
Pratique de l'anglais souhaitée

➤ Relations fonctionnelles

Relations internes :

- En lien avec les métiers de la filière «SI IT», « Développement commercial et « Marketing et expérience client »

Relations externes :

- Clients et prospects
- Grand public
- Prestataires

➤ Mobilité professionnelle

Le chargé de ciblage (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Chargé de communication et de marketing (H/F)

Avec l'expérience et une formation complémentaire notamment en management, le chargé de ciblage (H/F) peut progressivement évoluer vers les emplois suivants :

- Responsable des études marketing (H/F)
- Responsable communication (H/F)
- Directeur commercial (H/F)



➤ Activités & compétences techniques



En fonction du contexte de l'entreprise et du poste concerné, la personne peut exercer tout ou partie des activités suivantes :

Contribuer à la définition et à la mise en œuvre de la politique de ciblage selon la stratégie de l'entreprise

- Appréhender la stratégie marketing et de communication de l'entreprise
- Réaliser une veille et établir des listes d'opportunités clients
- Déterminer des critères de ciblage (âge, sexe, localisation, intérêts etc.) en fonction des objectifs de l'entreprise
- Définir les cibles à privilégier selon les critères définis

Participer à la mise en œuvre des campagnes marketing et communication

- Identifier les objectifs de chaque action marketing
- Définir des audiences cibles pour chaque canal et établir les listes de diffusion correspondantes
- Choisir les canaux de communication appropriés pour chaque segment de marché (publicité en ligne, médias sociaux, email marketing, etc.)
- Adapter les messages à chaque segment, en collaboration avec l'équipe marketing et expérience client
- Administrer les actions définies dans l'outil de gestion des campagnes

Analyser les résultats des campagnes de marketing et communication

- Analyser les résultats des actions marketing et la qualité des ciblage réalisés
- Emettre des recommandations pour enrichir les dispositifs marketing relationnel (campagne d'acquisition, de fidélisation, scénarisation des campagnes, utilisations des scores, etc.)



➤ Compétences comportementales

- + Approche orientée client
- + Créativité
- + Capacité d'analyse
- + Sens de la performance et du résultat

