



RESPONSABLE MARKETING & COMMUNICATION (H/F)

Autre(s) appellation(s) : Responsable marketing cross canal (H/F) ; Responsable marketing opérationnel et communication (H/F)

Il/elle définit, valide, pilote et supervise les stratégies de communication internes et externes ainsi que la stratégie marketing afin de développer et optimiser la rentabilité de l'entreprise.

➤ Accès à l'emploi

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

- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- Titre à finalité professionnelle - Manager de projets en stratégies digitales et data marketing (MS)
- Titre à finalité professionnelle - Directeur de la Stratégie Marketing Digitale
- Titre à finalité professionnelle - Manager des stratégies communication marketing
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la communication et du marketing digital
- MASTER - Information, communication (fiche nationale)
- MASTER - Communication des organisations (fiche nationale)
- RNCP34577 Manager de la communication et du marketing (niv.7)

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

➤ Relations fonctionnelles

Relations internes :

- En lien avec les métiers de la filière « Marketing et expérience client »
- Managers opérationnels
- Direction générale
- Responsable des autres BU (H/F)

Relations externes :

- Prestataires
- Presse

➤ Mobilité professionnelle

Le responsable marketing & communication (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Responsable achats (H/F)
- Directeur e-commerce (H/F)
- Directeur marketing omnicanal (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 :

Participer à définition de la stratégie de développement omnicanal de la marque, de l'enseigne

- Participer à la définition de la stratégie de marketing de la marque, y compris digital
- Élaborer des stratégies d'e-influence et de e-réputation avec le social media manager
- Assurer le bon positionnement et la cohérence des marques de l'entreprise
- Traduire la stratégie marketing en plans de communication cohérents
- Définir et prioriser la conception et le lancement des nouveaux produits de la marque en relation avec les équipes R&D
- Élaborer des stratégies mix par ligne de produits, des budgets et des prévisions de vente associés garantissant la cohérence de la marque : gamme, segmentation, packaging, communication...
- Identifier la stratégie de développement de la marque pour les années à venir en prenant en compte les différents cycles de vie des produits
- Piloter les outils du marketing opérationnel sur les différents canaux

Piloter la mise en œuvre des plans de communication définis et le déploiement des dispositifs associés

- Constituer les équipes éditoriales, internes ou externes et assurer le pilotage des prestataires
- Participer ou superviser la conception, la réalisation et l'actualisation du ou des sites Internet
- Piloter la production des contenus digitaux liés aux campagnes d'acquisition, de visibilité et les call to action associés pour mettre en avant les produits de l'entreprise
- S'assurer que la rédaction des contenus soit en adéquation avec les autres actions marketing, dont la stratégie SEO (traffic management)
- Coordonner l'implantation de la stratégie de marque dans les campagnes de communication on-line et off-line et négocier les encarts publicitaires correspondants
- Veiller à la mise à jour des contenus
- Gérer la mise en œuvre de la localisation en adaptant les contenus à la culture et aux usages des internautes en fonction de leur origine géographique

Promouvoir l'image de l'entreprise vis-à-vis des partenaires extérieurs

- Représenter l'entreprise et entretenir un réseau de journalistes de presse et médias
- Mettre en place des opérations de subventions ou de mécénat permettant de valoriser l'image de l'entreprise
- Organiser des événements permettant la rencontre entre le public ou les journalistes et l'entreprise
- Développer des partenariats clés auprès d'institutions et/ou de grandes marques, afin de promouvoir les intérêts de l'entreprise et d'accroître les ventes

Mesurer la performance des actions marketing et communication déployées

- Réaliser la mesure et le suivi de la qualité des contenus, ainsi que le ROI (retour sur investissement)
- Suivre les résultats en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation de clientèle par segment, grâce à des outils de web analytics

Manager et gérer les équipes

- Animer et motiver les équipes, encourager les initiatives
- Anticiper et adapter l'organisation du travail en fonction de l'activité et des objectifs fixés et élaborer le planning d'activité
- Anticiper et gérer les conflits
- Anticiper les besoins en recrutement
- Identifier les besoins en compétences
- Assurer le recrutement et le développement des compétences des collaborateurs
- Procéder aux évaluations des compétences de chaque collaborateur
- Déterminer les niveaux de rémunération adaptés aux profils





> Compétences comportementales

- + Agilité dans le changement
- + Prise de décision
- + Sens de la performance et du résultat
- + Leadership, capacité à convaincre, à fédérer

