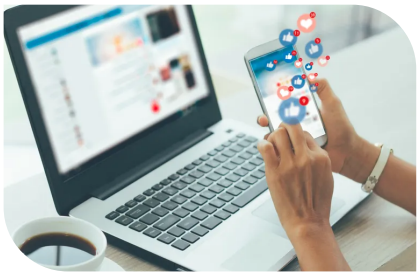

MÉTIERS SUPPORT

FONCTIONS ADMINISTRATIVES ET DE GESTION

Fonctions marketing – communication

MISSION PRINCIPALE : Élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing et de communication de l'entreprise

La fonction marketing et communication conçoit et met en œuvre les stratégies de communication interne et externe ainsi que la stratégie marketing de l'entreprise, suivant les objectifs de la direction générale en veillant au respect de l'identité et de l'image de l'entreprise.

Autres appellations : Chargé(e) de communication, Responsable communication, Responsable marketing

DÉCOUVRIR

Les compétences métier

1. DÉFINIR LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING INTERNE ET EXTERNE

- Analyser le marché (besoins et attentes des clients) pour détecter les opportunités de développement
- Être force de proposition par rapport au besoin exprimé tout en mobilisant les parties prenantes nécessaires (internes et externes)
- Elaborer les plans marketing (études de marchés, détermination des cibles, plan d'action) et de communication (plaquette, rapport annuel, affiches, …)
- Définir le budget nécessaire à la mise en œuvre des actions prévues en accord avec la direction

2. PILOTER LE PLAN DE COMMUNICATION

- S'assurer de la cohérence des outils de communication avec la stratégie et l'identité graphique de l'entreprise
- Coordonner des actions et outils de communication (plaquette, rapport annuel, affiches, …) définis dans le plan de communication en veillant à respecter le budget alloué
- Animer les outils de communication digitaux de l'entreprise (site internet, réseaux sociaux, …) pour participer à véhiculer l'image de l'entreprise
- Exposer efficacement à l'écrit comme à l'oral un raisonnement de façon logique et argumentée afin de mobiliser les acteurs de l'entreprise
- Former les collaborateurs à la prise en main des outils de communication de l'entreprise

3. METTRE EN ŒUVRE LA STRATÉGIE MARKETING

- Réaliser des études de marché et des études de faisabilité économique (capacité financière pour le lancement d'un nouveau produit, retour sur investissement d'une offre, ...)
- Assurer l'exploitation des données recueillies afin d'anticiper les évolutions et proposer des actions préventives et correctives
- Réaliser une veille technologique sur son domaine d'activité

4. ANALYSER LES STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE

- Réaliser les bilans des actions marketing et de communication mises en œuvre pour apporter des améliorations
- Utiliser des indicateurs de performance pour aider à la prise de décision et mettre en œuvre des plans d'actions correctives
- Mettre à jour les tableaux de bord, données et bilan continuellement

UN ŒIL SUR

Les compétences transversales

1. RÉALISER SON ACTIVITÉ SELON LES NORMES DE L'ENTREPRISE ET LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

- Coordonner une équipe selon la culture de l'entreprise
- Appliquer les règles de politesse et adopter un langage approprié avec les interlocuteurs internes et externes de son secteur
- Appliquer et faire appliquer à son équipe les consignes, règles et normes
- Réaliser des reportings selon le cadre défini (support, fréquence, ...)
- Partager des retours d'expérience suite à des événements

2. TRAVAILLER EN ÉQUIPE

- S'adapter aux interlocuteurs pour expliquer, montrer et mettre en œuvre
- Anticiper les problèmes et les risques pour l'équipe
- Coopérer avec les équipes en interne

3. COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL

- Transmettre des informations et s'assurer de leur compréhension
- Répondre à des questions et rappeler les consignes et les règles de travail
- Décrire un problème et ses solutions pratiques
- Informer et rendre compte de son activité

4. UTILISER LE NUMÉRIQUE

- Utiliser les fonctions de base d'une messagerie, internet, traitement de texte, tableur sur PC/smartphone/tablette
- Communiquer efficacement via les réseaux sociaux
- Animer et modérer une communauté

5. AGIR FACE À UN ALÉA

- Donner des consignes pour ajuster le travail de l'équipe en fonction de l'imprévu
- Notifier l'imprévu
- Participer à l'analyse des causes et proposer une action préventive

6. S'ORGANISER DANS SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

- Planifier et adapter son activité en régulant celle des autres
- Ré-agencer ses priorités en fonction des informations reçues (mails, téléphone, oral)
- Proposer un ajustement des moyens (humains/techniques)

QUELQUES MOTS SUR

Les certifications

DIPLÔMES

- Brevet de Technicien Supérieur Négociation et digitalisation de la relation client
- Licence Professionnelle Métiers de la communication
- Master en marketing, communication, marketing management, stratégies commerciales
- Master en sciences de l'information, sciences de la communication
- Master Professionnel Marketing
- Un diplôme en école de commerce avec une spécialité marketing ou communication (HEC, ESSEC, ESCP, ...), Ecole de communication (CELSA, Sup de pub, ...), IEP
- Bachelor Universitaire de Technologie Information-Communication : Communication des organisations

TITRES

- Responsable d'activité commerciale et marketing (Niveau 6)
- Responsable de projet marketing communication (Niveau 6)