



Assistant(e) marketing

TOUS SECTEURS

MARKETING-
COMMERCIAL

En quelques mots

L'assistant(e) marketing occupe une fonction d'intermédiaire : il assiste les personnes du service marketing dans le traitement des tâches marketing et administratives. Il participe au développement d'un produit ou d'un service, de l'étape de la conception jusqu'à la mise à disposition sur le marché. Son rôle est également d'effectuer les analyses produits, marchés, clientèle, concurrence qui permettent à l'entreprise de mettre en place les campagnes de commercialisation.

Autres appellations

Assistant(e) chef de produit, Collaborateur(trice) marketing



Environnement de travail

Pour exercer la fonction de d'assistant marketing il faut faire preuve de rigueur, de créativité et de polyvalence. En plus des capacités d'analyse et de synthèse, l'assistant Marketing doit maîtriser les outils informatiques, bureautiques et communicationnels pour exercer ses missions. Etant en interaction permanente avec les services internes, notamment marketing et commercial mais également avec les prestataires externes, il est essentiel qu'il ait un très bon relationnel, des capacités rédactionnelles et qu'il apprécie le travail en équipe.



Comment accéder à ce métier ?

Il est possible d'accéder à ce métier avec un Bac+3 dans le secteur du commerce, de la vente, avec une spécialisation marketing de préférence. Le métier est accessible aux personnes ayant déjà une expérience dans une fonction similaire et aux débutants.

Perspectives professionnelles

L'assistant(e) marketing peut, après plusieurs années d'expérience, prétendre à un poste de responsable marketing.



Ils parlent de leur métier

“ Mon travail consiste à analyser les produits proposés par le service commercial. J'étudie aussi les prix et j'identifie le potentiel de vente avant de préparer l'offre d'achat. Un assistant marketing travaille au quotidien avec un chef de produit. C'est un véritable travail d'équipe ! Je dois avoir un raisonnement logique et une bonne affinité avec les chiffres. La connaissance des familles de produits et du marché de référence peut s'apprendre sur le tas, il suffit d'être curieux pour se spécialiser progressivement. ”



Assistant(e) marketing

Connaissances

- Connaître la gamme des produits de l'entreprise ou de son secteur d'activité
- Connaître l'information concernant son secteur d'activité (concurrence, tarifs, prospects, produits...)
- Connaître la stratégie de marketing opérationnel : actions de marketing relationnel, trade marketing, appui des forces commerciales...
- Connaître les indicateurs de résultats (lancement de nouveaux produits, croissance en PDM, rentabilité des investissements marketings en étude, communication...)
- Connaître l'orthographe et les règles de syntaxe
- Connaître et utiliser les fonctions avancées des outils bureautiques (Chaîne graphique, Word, Excel, PowerPoint, Photoshop, Publisher...)
- Connaître le partage des responsabilités au sein du service marketing
- Savoir utiliser le CRM
- Connaître les principes de base du mix marketing : le mix-produit, le mix-prix, le mix-distribution, le mix-communication
- Connaître l'anglais

Compétences techniques

- Assurer une veille des activités concurrentielles efficace et réactive
- Développer la base de données et participation à la segmentation client
- Mener des analyse statistiques
- Assurer la mise à jour des documentations papiers
- Etablir et conserver un dialogue continu du service marketing avec les différents services (commercial, production...)
- Rechercher une information dans une base de données documentaires
- Organiser des meetings et déplacements
- Superviser la gestion des plannings et de l'agenda de ses supérieurs
- Rédiger un compte-rendu, un rapport, une note de travail....
- Rédiger des supports de communication
- Effectuer des actions de marketing direct (mailing, phoning)
- Rechercher, analyser et suivre des fichiers prospects
- Participer à la production du plan marketing relationnel (CRM)
- Tenir une conversation simple en anglais
- Contribuer à la réalisation de reportings réguliers
- Réaliser le suivi du budget marketing sur son périmètre
- Assurer le suivi de l'activité marketing
- Assurer le suivi de la performance des campagnes de communication
- Analyser les résultats de campagnes de promotion
- Elaborer des argumentaires et des outils d'aide à la vente
- Réaliser des campagnes commerciales
- Mettre en œuvre des actions promotionnelles

Compétences comportementales

- Etre attentif à l'évolution du marché, aux menaces et aux opportunités
- Pratiquer l'écoute active (questionnement, analyse, reformulation)
- Faire preuve d'un esprit d'analyse et de synthèse
- Etre attentif et repérer les possibilités d'amélioration continue
- Avoir un esprit créatif afin de contribuer aux actions marketing