



Directeur(trice) marketing

TOUS SECTEURS

MARKETING-
COMMERCIAL

En quelques mots

Le Directeur(trice) Marketing occupe un poste clef au sein de l'entreprise, souvent au Comité de Direction, et est à la fois un stratège et un manager. Il élabore les plans marketing (analyse du marché, détermination des cibles, plan d'action, choix des axes publicitaires...) et conçoit des opérations destinées à développer la vente des biens ou services de l'entreprise. Il est le garant de son positionnement et de ses offres en intervenant sur différents domaines fonctionnels du marketing : stratégie, produit/marque, opérationnel.

Autres appellations

Directeur marketing opérationnel , Responsable marketing, Responsable de la stratégie marketing, Marketing director, Marketing manager, Responsable marketing.



Environnement de travail

Les capacités d'analyse et de synthèse sont essentielles au Directeur(trice) Marketing afin d'interpréter les résultats, de structurer la stratégie et les différents aspects du plan marketing. Organisé et rigoureux, le directeur(trice) Marketing est doté d'un esprit créatif et entrepreneurial afin de susciter l'innovation dans la valorisation de l'entreprise. Il doit faire preuve de grandes capacités relationnelles afin d'animer son équipe et de dialoguer avec les acteurs externes.



Comment accéder à ce métier ?

Le poste de Directeur(trice) Marketing s'adresse à des candidats possédant un diplôme de niveau bac+5, et en provenance d'une école de commerce ou d'ingénieur, avec une spécialisation en marketing. Il est également de parvenir à cette fonction par le biais de formation universitaires en marketing, communication, gestion à un niveau Master. Une solide expérience professionnelle (10 ans) est exigée.

Perspectives professionnelles

Le Directeur(trice) Marketing peut évoluer vers une autre fonction de la Direction comme la Direction commerciale ou la direction de la communication.



Ils parlent de leur métier

“

En tant que Directeur Marketing, je dois définir et mettre en œuvre la stratégie marketing pour l'ensemble des produits de l'entreprise. Afin d'y parvenir, je travaille avec l'ensemble des services, et en particulier avec la direction commerciale ou la direction des ventes, la direction de la communication ainsi que les services R&D et qualité. Je dois également rechercher de nouveaux marchés, produits ainsi qu'un meilleur positionnement sur ces marchés ou segments de marché sur lesquels j'interviens.

”



Directeur(trice) marketing

Connaissances

- Connaître la culture, les modes d'organisation et de fonctionnement de ses clients
- Connaître l'analyse du mix marketing : le mix-produit, le mix-prix, le mix-distribution, le mix-communication
- Connaître les principes du droit commercial
- Connaître son secteur d'activité (concurrence, tarifs, prospects, produits...)
- Posséder une culture économique, financière et générale
- Connaître et utiliser des outils d'analyse et de pilotage stratégique (SWOT, Porter, PESTEL, Balanced Score Card...)
- Connaître les règles pratiques du droit social (contrats de travail, discipline, gestion des heures de délégation...)
- Utiliser MS Project et savoir utiliser le CRM
- Connaître une seconde langue étrangère
- Connaître les différentes techniques de ventes (B to B, B to C, e-business...)

Compétences techniques

- Réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution
- Intégrer de nouveaux concepts marketing à la stratégie
- Comprendre les évolutions du marché et anticiper ses besoins en proposant une offre adaptée
- Détecter de nouvelles opportunités de marchés et de produits
- Contribuer à la définition, à la communication et à l'entretien du système de valeurs de l'entreprise
- Concevoir et élaborer le budget marketing
- Participer à la planification industrielle et commerciale du site ou de l'entreprise
- Elaborer la segmentation et le ciblage du marché
- Fixer des indicateurs de résultats (lancement de nouveaux produits, croissance en PDM, rentabilité des investissements marketings en étude, communication...)
- Concevoir et mettre en œuvre le plan marketing destiné à développer la vente des produits de l'entreprise
- Définir la stratégie de marketing opérationnel : actions de marketing relationnel, trade marketing, appui des forces commerciales...
- Favoriser l'émergence des propositions d'amélioration de la part des membres de l'équipe
- Assurer la cohésion de son équipe et son adhésion aux objectifs de sa direction ainsi qu'à la stratégie marketing de l'entreprise
- Développer les compétences de son équipe, notamment au travers des entretiens professionnels et de progrès
- Assurer la formation et le développement des compétences de son équipe en fonction des objectifs individuels et collectifs
- Maîtriser et faire appliquer consignes et procédures liés aux postes de travail (qualité, sécurité, environnement...)
- Superviser une veille des activités concurrentielles efficace et réactive
- Réaliser le suivi et la mise en œuvre du budget marketing
- Contrôler l'avancement des projets en cours
- Participer au choix de lancement des produits
- Expliquer, argumenter, négocier professionnellement dans une seconde langue étrangère
- Concevoir la campagne promotionnelle des produits et en vérifier l'application



Directeur(trice) marketing

Compétences comportementales

- Avoir un esprit créatif afin de faire émerger de nouvelles idées de développement marketing
- Etre attentif à anticiper l'évolution du marché, les menaces et les opportunités
- Faire adhérer les différents sites à un même projet
- Animer des équipes - projet inter sites ou avec différents partenaires externes
- Etre force d'aide à la décision ou à l'arbitrage pour son équipe
- Favoriser, au sein de l'équipe, un climat relationnel propice à l'atteinte des objectifs
- Adopter une attitude ferme et professionnelle dans la communication avec son interlocuteur
- Etre une force d'entraînement et de conviction vis-à-vis de l'ensemble des interlocuteurs de l'entreprise
- Représenter l'entreprise à l'extérieur