



# Responsable marketing

TOUS SECTEURS

MARKETING-  
COMMERCIAL

## En quelques mots

Le Responsable Marketing a pour rôle de mettre en œuvre la stratégie marketing de son entreprise (marché, produit, positionnement, distribution) et d'assurer la coordination et le contrôle opérationnel des projets. Il contribue au développement de nouveaux produits, à la croissance des ventes et à la rentabilité de sa société.

## Autres appellations

*Responsable des études marketing, responsable projets marketing*



## Environnement de travail

Le Responsable Marketing doit avoir une connaissance fine de son secteur d'activité et être expérimenté dans de nombreux domaines. Il doit posséder des compétences marketing, mais également commerciales, être apte à mener des négociations, avoir des connaissances financières et juridiques. Capable d'analyser son marché, de synthétiser ces données et de prendre des initiatives, il a une personnalité créative, rigoureuse et pragmatique. Devant manager une équipe, le responsable marketing est à l'aise pour travailler en équipe. Des qualités de leadership et de persuasion sont nécessaires.



## Comment accéder à ce métier ?

Le métier de Responsable Marketing nécessite de posséder plusieurs années d'expérience en vente ou en marketing (chef de produit, assistant responsable marketing). Le niveau d'études souhaité est un bac +4/5, type école de commerce, IEP (avec une spécialisation en communication et/ou marketing) école de communication, diplôme universitaire (master professionnel, MBA...) en communication et/ou marketing.

## Perspectives professionnelles

Le Responsable Marketing peut, après plusieurs années d'expérience, prendre le titre de directeur du marketing.



## Ils parlent de leur métier

“ J'ai pour mission de concevoir un plan d'action – pour promouvoir un produit ou un service – et d'en suivre la réalisation. Pour atteindre cet objectif je dois collecter des informations et mener des études marketing pour connaître le marché, la concurrence, les cibles et les opportunités d'un produit mais aussi être force de proposition de nouveaux produits et de nouveaux créneaux. Il m'arrive de définir des actions marketing tels que la communication, la promotion, la distribution ainsi que la publicité du produit sur lequel je travaille. Je supervise et coordonne ces différentes actions pour assister les commerciaux dans leurs quotidien.

”



# Responsable 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 l'anglais
- Connaître les différentes techniques de ventes (B to B, B to C, e-business...)
- Connaître les règles pratiques du droit social (contrats de travail, discipline, gestion des heures de délégation...)
- Savoir utiliser le CRM
- Connaître les principes de base 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...)

## Compétences techniques

- Réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution
- Proposer 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
- Superviser une veille des activités concurrentielles efficace et réactive
- Réaliser le suivi et la mise en œuvre du budget marketing sur son périmètre
- Planifier et coordonner les activités liées à un projet (environnement, moyens, ressources...) avec différents acteurs
- Participer au choix de lancement des produits
- Expliquer, argumenter, négocier professionnellement en anglais
- Participer à l'élaboration de la campagne promotionnelle des produits et en vérifier l'application
- 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 de l'entreprise
- Mener les actions de gestion des ressources humaines (recrutement, formation...)
- 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...)
- Contribuer à la communication et à l'entretien du système de valeurs de l'entreprise
- Assurer le suivi du budget marketing
- Participer à la planification industrielle et commerciale du site ou de l'entreprise
- Participer à la segmentation et au ciblage du marché
- Maîtriser les indicateurs de résultats (lancement de nouveaux produits, croissance en PDM, rentabilité des investissements marketings en étude, communication...)
- Réaliser le plan marketing destiné à développer la vente des produits de l'entreprise
- Mettre en œuvre la stratégie de marketing opérationnel : actions de marketing relationnel, trade marketing, appui des forces commerciales...



## Responsable marketing

---

### Compétences comportementales

- Avoir un esprit créatif afin de faire émerger de nouvelles idées de développement marketing
- 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
- 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 attentif à anticiper l'évolution du marché, les menaces et les opportunités