



PILOTAGE STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE

Directeur Marketing et Communication



Missions

Le Directeur Marketing et Communication définit et met en œuvre les stratégies de marketing et de communication pour renforcer l'image de l'entreprise, soutenir ses ventes et optimiser la relation client. Il coordonne les campagnes de communication, surveille les tendances de marché et adapte les offres pour améliorer le positionnement de l'entreprise.

Il élabore et met en œuvre la stratégie marketing de l'entreprise et définit son budget annuel : marketing produit, définition de l'offre, outils d'aide à la vente, études, analyses de marchés et orientations stratégiques.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable Marketing et Communication

Chief Marketing Officer (CMO)

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Accompagner la Direction Générale dans ses réflexions stratégiques pour définir la contribution du marketing à ses objectifs de développement
- Diffuser auprès des équipes Marketing et Communication la stratégie de Marketing et de Communication définie avec la direction
- Piloter et animer les équipes interne marketing de l'entreprise au service des orientations retenues en matière de marketing et s'assurer de la bonne déclinaison de la stratégie de l'entreprise
- Mettre en place et exploiter des outils d'analyse de la concurrence et l'écosystème de l'entreprise pour trouver les meilleurs positionnements à adopter sur chacun de ses segments de marché
- Piloter le suivi des études, la veille média, pour les présenter au comité de direction et proposer de nouvelles orientations ainsi qu'en diffuser les résultats auprès des équipes commerciales et opérationnelles
- Accompagner et animer les équipes commerciales dans la promotion de l'offre de l'entreprise et la vente

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Participer à la réflexion stratégique de l'entreprise et définir des axes différenciants et pertinents en matière de marketing et de communication
- Définir la stratégie de contenu et piloter la production de supports marketing et communication
- Analyser la concurrence et l'écosystème de l'entreprise pour trouver les meilleurs positionnements à adopter sur chacun de ses segments de marché

▼ Réaliser des études

- Réaliser des études et des dossiers de marketing et média permettant de positionner l'offre de l'entreprise au mieux par rapport à la concurrence

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille sur la marque (Brand report) sur la concurrence, les marques et leurs marchés, et sur les innovations pour identifier les risques et les opportunités sur ses marchés

▼ Manager et organiser une équipe

- Travailler en étroite collaboration avec les différentes directions générale pour assurer l'alignement stratégique
- Animer, planifier et piloter d'un point de vue budgétaire et ressources humaines les activités marketing et communication de l'entreprise
- Accompagner et animer les équipes commerciales dans la promotion de l'offre de l'entreprise et la vente
- Assurer le suivi de la déclinaison opérationnelle des orientations stratégiques
- Coordonner les équipes internes (création, études, marketing, communication, médias) et les prestataires externes (agences, freelances, médias)

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Implémenter des pratiques et outils basés sur l'intelligence artificielle, dans les équipes marketing

▼ Créer, concevoir et innover

- Superviser la communication interne et externe, la gestion des relations publiques et veiller à la cohérence des actions

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Stratégie
- > Management stratégique
- > Communication orale
- > Etudes
- > Gestion budgétaire
- > Gestion de projet
- > Analyse de performance
- > Tendances marché publicitaire
- > Exploitation des outils de CRM
- > Administration des ventes
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Outils d'IA générative

Savoir-être

- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'essor du marketing de contenu et de l'IA générative nécessitent une adaptation aux nouveaux outils de communication et à une analyse de données approfondie pour une personnalisation accrue. Le directeur marketing doit s'adapter aux évolutions des médias et en conséquence de l'analyse d'audience et des indicateurs.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Direction Générale
- Directeur Commercial
- Responsable Innovation
- Responsable Administration des Ventes
- Directeur des études
- Directeur de la création
- Chef de projet
- Directeur de Clientèle

En externe

- Prestataires
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en marketing, communication ou gestion

Expériences recommandées

> 7 à 10 ans sur un poste de responsable marketing

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Directeur Marketing et Communication

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Chargé des Relations avec les Influenceurs

Chargé de New Business

Directeur artistique

EVOLUTIONS POSSIBLES