

Chargé(e) de marketing

Présentation du métier

Définition du métier

Assure la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise en utilisant notamment les outils digitaux (outils de e-commerce, réseaux sociaux, référencement, ...).

Elabore et met en œuvre les démarches et outils marketing nécessaires au développement des activités de l'entreprise.

Peut concevoir et mettre en œuvre des outils et/ou actions de communication en ligne afin d'augmenter la e-réputation et la visibilité de l'entreprise.

Exemples d'appellations du métier

Chargé.e de mission marketing

Fiche(s) ROME de référence

M1705 - Marketing

E1104 - Conception de contenus multimédias

E1103 - Communication

M1702 - Analyse de tendance

M1706 - Promotion des ventes

Type d'entreprise / branche

X	Entreprises des branches du commerce agricole
X	Entreprise de la branche des industries et commerces en gros des vins, cidres, spiritueux, sirops, jus de fruits et boissons diverses
	Structures de la branche de la MSA
	Entreprises des branches de la Pêche, de l'aquaculture et de la coopération maritime
	Entreprises des branches de l'agriculture

Conditions d'exercice du métier

	Non significatif	Significatif
Travail en extérieur	X	
Travail en zones sous conditions physiques contrôlées	X	
Manipulation de produits dangereux	X	
Manipulation et port de charges	X	
Travail en zone réglementée	X	
Travail en hauteur	X	

Travail en horaires atypiques	X	
Forte variation de l'activité dans le temps	X	
Travail répétitif	X	
Travail en équipe		X
Travail isolé	X	
Travail avec des déplacements		X
Télétravail possible		X
Travail nécessitant des habilitations spécifiques	X	
Travail nécessitant le port d'une tenue spécifique (*)	X	

(*) et/ou d'équipements de protection

Niveau de qualification associé

CNCP	3	4	5	6	7	8
Diplôme	CAP, BEP	BAC, BP	BTS, DUT	LP	Master	Doctorat
Niveau inférieur inclus				X		
Niveau supérieur inclus					X	

Conditions d'accès au métier

Une certification de niveau 6 (licence) ou 7 (Master, école spécialisée, école de commerce, IEP par exemple, ...) est souhaitée dans le domaine du marketing ou de la communication.

La maîtrise de l'anglais professionnel est souhaitée.

Activités et compétences du métier

Premier couple « activité-compétence » professionnelles

Définition du plan marketing opérationnel	Elaborer un plan marketing opérationnel adapté à la stratégie de l'entreprise
<ul style="list-style-type: none">> Traitement statistique des données commerciales (ventes, besoins clients, etc.)> Recueil d'informations sur les besoins et objectifs du service commercial, voire des autres fonctions de l'entreprise (direction financière, etc.)> Sélection des actions à mener et des canaux et outils de communication à utiliser pour décliner d'un point de vue opérationnel la stratégie marketing de l'entreprise> Préparation du plan marketing opérationnel en lien avec la direction générale, commerciale ou marketing> Ajustement du plan marketing en fonction des besoins	<ul style="list-style-type: none">> Analyser la stratégie marketing, le positionnement commercial de l'entreprise, ses objectifs de développement et l'évolution de la concurrence> Définir des objectifs opérationnels permettant de décliner la stratégie marketing de l'entreprise> Construire un plan marketing en sélectionnant des actions et des canaux de communication répondant aux objectifs définis> Organiser la mise en œuvre des actions de marketing opérationnel sur une période donnée, en veillant à l'articulation entre les actions de marketing digital et les actions de marketing « off-line »> Présenter et argumenter le plan marketing à sa hiérarchie et aux autres services concernés> Evaluer et négocier les budgets nécessaires à la mise en œuvre du plan marketing opérationnel

Mots clés du couple activité -compétence

MOT_CLE_ACT_1	Plan marketing
MOT_CLE_ACT_2	Communication

Deuxième couple « activités-compétences » professionnelles

Rédaction de contenus, messages, argumentaires de marketing opérationnel	Elaborer des contenus adaptés aux outils et canaux utilisés
<ul style="list-style-type: none"> > Analyse de la demande > Rédaction de descriptifs de produits > Création de présentations commerciales > Création de supports marketing > Création de contenu multimédia > Réalisation de rapports études de marché 	<ul style="list-style-type: none"> > Analyser la demande de promotion des produits, en échangeant avec les différents services de l'entreprise et la hiérarchie, afin de comprendre les objectifs poursuivis > Concevoir des descriptions de produits claires et persuasives, en utilisant des arguments de vente et un langage adapté à la cible > Concevoir des présentations commerciales en utilisant les outils de création de diaporamas et en structurant et illustrant les messages clefs, afin de convaincre des prospects ou clients > Créer des supports marketing en utilisant les logiciels et outils numériques de création adaptés, afin de produire des supports visuels et textuels attrayants (visuels, bannières, newsletters...) > Créer du contenu multimédia (vidéos, infographies...), adaptés aux différents canaux de communication de l'entreprise > Analyser des données statistiques et des tendances du marché agricole, en utilisant des logiciels d'analyse de marché et des enquêtes après des agricultures, afin de fournir des prévisions et des analyses permettant d'orienter les stratégies marketing

Mots clés du couple activité-compétence

MOT_CLE_ACT_1	Rédaction de contenu
MOT_CLE_ACT_2	Supports de communication
MOT_CLE_ACT_3	Création

Troisième couple « activité-compétence » professionnelle

Conception et mise en œuvre d'outils marketing	Concevoir et déployer des outils marketing pertinents
<ul style="list-style-type: none"> > Conception d'outils de suivi des campagnes en ligne > Mise en place des CRM > Développement des outils d'email marketing > Gestion des comptes de réseaux sociaux > Développement et gestion des campagnes publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> > Sélectionner des supports appropriés pour dynamiser et animer la présence de la force de vente du produit ou du service sur le net, en mettant en place des outils digitaux appropriés et évolutifs > Configurer et optimiser les systèmes de gestion de la relation client pour automatiser et personnaliser les communications marketing > Utiliser les outils adaptés (notamment des plateformes de marketing par email), pour créer, segmenter et automatiser les envois de newsletters ou autres (offres promotionnelles...). > Gérer les comptes de réseaux sociaux en utilisant des outils de gestion spécifiques pour les réseaux sociaux permettant de programmer les contenus et d'analyser les performances > Concevoir et déployer des campagnes publicitaires en ligne ciblées, en utilisant des outils de gestion publicitaires adaptés pour promouvoir les produits de l'entreprise

Mots clés du couple activité -compétence

MOT_CLE_ACT_1	Outils
MOT_CLE_ACT_2	CRM
MOT_CLE_ACT_3	Campagne

Quatrième couple « activité-compétence » professionnelles

Veille technologique et concurrentielle concernant le secteur d'activité de l'entreprise	Rechercher et analyser les informations sur les évolutions technologiques et les enjeux du secteur agricole
<ul style="list-style-type: none"> > Veille sur les évolutions techniques et technologiques en lien avec les moyens de communication > Veille sur les stratégies commerciales concurrentes > Analyse des tendances du marché agricole > Elaboration de documents de synthèse > Elaboration et mise à jour d'une base documentaire > 	<ul style="list-style-type: none"> > Repérer les évolutions techniques et technologiques en matière de communication (nouveaux canaux de diffusion, nouveaux moyens) pouvant impacter la stratégie de marketing/communication de l'entreprise > Repérer les stratégies commerciales de la concurrence, en utilisant des techniques de benchmarking, pour identifier les plus marquantes et s'en inspirer dans le déploiement de la stratégie marketing > Analyser les rapports de marché et les publications spécialisées en utilisant des techniques de benchmarking et des outils d'analyse de données pour orienter les stratégies marketing, afin d'identifier les tendances clés et les opportunités de développement > Répertorier, analyser et synthétiser les informations recueillies et leurs sources d'information > Elaborer une base documentaire intégrant les évolutions techniques et technologiques

Mots clés du couple activité -compétence

MOT_CLE_ACT_1	Veille
MOT_CLE_ACT_2	Benchmark
MOT_CLE_ACT_3	Synthèse

Cinquième couple « activité-compétence » professionnelles

Evaluation des actions de marketing mises en œuvre	Mesurer et analyser la performance des actions de marketing mises en œuvre
<ul style="list-style-type: none"> > Définition des indicateurs de performance > Mise en place de sondages de satisfaction client > Analyse de la performance des actions de marketing > Synthèse de l'information > Présentation et explication des résultats des analyses au responsable de service > Identification des axes d'optimisation de la stratégie de communication 	<ul style="list-style-type: none"> > Identifier les indicateurs de performance pertinents pour l'évaluation des actions mises en œuvre (ventes réalisées, visibilité de l'entreprise, e-réputation...) > Elaborer des questionnaires, en utilisant des outils de sondage en ligne, afin de recueillir les avis et les suggestions des clients sur les actions marketing > Analyser les indicateurs clés de performance pour mesurer l'efficacité des actions marketing, en utilisant des outils d'analyse > Evaluer l'impact des actions en lien avec les services concernés > Synthétiser et présenter les résultats obtenus au responsable de service > Identifier les causes des écarts entre les résultats et les objectifs visés et proposer des actions correctives et des axes d'amélioration

Mots clés du couple activité -compétence

MOT_CLE_ACT_1	Analyse de la performance
MOT_CLE_ACT_2	Evaluation des actions de communication
MOT_CLE_ACT_3	Reporting

Ressources transverses mobilisées

Ressources transverses	Niveau d'approfondissement
1. Analyse et synthèse de l'information	Traiter et interpréter un flux important de données en mobilisant différents concepts, synthétiser les résultats de l'analyse pour orienter une prise de décision
2. Résolution de problèmes	Conduire une démarche de résolution de problème en recherchant et / ou adaptant des solutions existantes en tenant compte des impacts sur le processus / le système dans lequel on se situe
3. Autonomie	Adapter son organisation aux évolutions et exigences de la situation dans différentes familles de situations connues
4. Innovation / amélioration continue	Elaborer, de manière autonome et / ou avec des partenaires externes, des solutions, services, outils, process innovants et utiles au développement de l'activité sur un périmètre donné
5. Apprentissage et actualisation des compétences	Actualiser ses connaissances et ses compétences dans des environnements nouveaux, en forte évolution Capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes Proposer de nouvelles manières d'apprendre, pour soi et son équipe
6. Communication orale	Expliciter oralement un raisonnement complexe en tenant compte des enjeux liés à l'interaction
7. Communication écrite	Rédiger et utiliser différents types de textes courants dans son activité professionnelle en adaptant son style au media utilisé
8. Orientation client	Elaborer une offre / solution complexe et adaptée à l'évolution des contraintes et de l'environnement du client
9. Travail en équipe	Collaborer avec différentes équipes, avec des experts, dans un environnement complexe, en faisant varier son rôle en fonction du contexte
10. Influence et persuasion	Développer, entretenir et mobiliser un réseau de relais d'influence utiles à son activité. Réaliser une argumentation sur un sujet complexe / sensible à partir d'une analyse du positionnement, des forces et des faiblesses de ses interlocuteurs
11. Gestion des relations interpersonnelles, des situations relationnelles délicates	Adapter son comportement à différents types d'interlocuteurs. Traiter avec recul et dans un contexte simple les situations relationnelles délicates en utilisant des éléments objectivés
12. Persévérance	Poursuivre ses objectifs et demeurer constant dans ses efforts indépendamment des difficultés rencontrées ou des échecs subis
13. Traitement de situations sources de tension	Anticiper et traiter les événements générateurs d'émotions négatives dans des situations complexes, de crise et /ou à forts enjeux

Ressources transverses	Niveau d'approfondissement
14. Adaptabilité / réactivité / proactivité	Anticiper ses réponses et actions et / ou celles de son équipe face à des événements ou sollicitations susceptibles de survenir
15. Rigueur et fiabilité	Adapter de manière continue son activité pour en respecter le cadre et les échéances et veiller à la qualité de ses interventions
16. Prise d'initiative et gestion des aléas	Saisir les opportunités qui se présentent pour faire évoluer ses pratiques et ses actions ainsi que celles de son équipe
17. Capacités manuelles et pratiques	Non

Domaines de connaissances

NSF	Forma -code	Domaine de connaissances mobilisés (*)	Niveau d'approfondissement			
			1	2	3	4
136	15254	LANGUES		X		
128	13254	DROIT	X			
122	13154	ECONOMIE	X			
320	46301	COMMUNICATION ENTREPRISE		X		
312	34052	MARKETING	X			
312	34093	MARKETING DIGITAL	X			
320	46310	RELATION PRESSE MEDIA		X		
321	46347	STRATEGIE COMMUNICATION NUMERIQUE		X		
320	46319	ECRITURE INFORMATIVE			X	