PILOTAGE STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE

Directeur/trice Marketing, Etudes et Communication

RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION

Missions

Le/la Directeur/trice Marketing, Etudes et Communication définit et met en œuvre la stratégie de l'offre marketing et de sa communication pour soutenir la vente d'espace publicitaire, les offres commerciales et optimiser la satisfaction client. Il/elle définit son budget annuel, gère les études de marché et d'audience auprès des partenaires référents. Il/elle suit les tendances du marché et adapte les outils d'aide à la vente pour rester innovant et accompagner la croissance de l'entreprise.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable Marketing et Communication

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication
Agences média
Régies communication extérieure
Régies publicitaires

Principales activités

- Accompagner la Direction Générale dans ses réflexions stratégiques pour concilier budget annuel et objectifs de développement du chiffre d'affaires.
- Diffuser auprès des équipes Marketing et Communication la stratégie de Marketing et de Communication validée par la direction.
- Construire avec l'aide de son équipe les conditions générales de vente annuelles (CGV).
- Négocier et gérer l'achat des études de marché, de veille media ainsi que les études d'audience au service des argumentaires commerciaux et des outils de médiaplanning.
- Participer au comité de direction de l'entreprise et informer la Direction Générale des nouveautés et des innovations marché.
- Mettre en place et exploiter les outils d'analyse de la concurrence et des outils d'aide à la vente à destination des commerciaux de la régie publicitaire.
- Accompagner et animer les équipes commerciales dans la promotion de l'offre marketing et la vente d'espaces publicitaires.

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, d'études 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

- Analyser, piloter et valoriser des études d'impact et d'efficacité publicitaire afin de mesurer la performance des campagnes, orienter les recommandations stratégiques aux annonceurs, et contribuer à l'innovation des offres publicitaires.

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 marketing de l'entreprise et de la vente d'espaces publicitaires
- 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
- Méthodologies d'études
- 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/trice Commercial(e)
- Responsable Innovation
- Responsable Administration des Ventes
- Directeur de la création
- Chef de projet
- Directeur/trice de Clientèle

En externe

- Prestataires
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)
- Agences média
- Annonceurs

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/trice Marketing, Etudes et Communication

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

Direction Générale

Direction Générale adjointe

EVOLUTIONS POSSIBLES