

FICHE MÉTIER

DIRECTEUR MARKETING

Autres appellations

Directeur marketing/études

Segments d'entreprises

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing de la régie : marketing produit, définition de l'offre, outils d'aide à la vente, études, analyse marché et orientations stratégiques.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Participation à la réflexion stratégique

- Participation à la réflexion stratégique par sa connaissance du marché

Réalisation d'études de médiaplanning, de dossiers marketing et média

- Pilotage d'études
- Supervision d'études de terrain et des méthodologies
- Pilotage de prestataires d'études pour des études menées en externe
- Suivi de l'évolution et l'analyse de la concurrence
- Veille stratégique

Réalisation de dossiers marketing et média

- Présentation de l'offre
- Présentation sectorielle
- Présentation agences, annonceurs

Analyse et recommandations

- Analyse de résultats
- Supervision des analyses de marchés
- Rédaction de recommandations
- Valorisation des audiences

Animation, planification et pilotage budgétaire



- Organisation, animation, management et planification du travail au sein d'une équipe
- Établissement du plan marketing annuel
- Supervision et suivi de l'ensemble des études
- Planification annuelle des études à mener
- Pilotage d'un budget

Commercialisation

- Participation à la vente de l'espace publicitaire auprès des agences
- Collaboration à la formation et à l'information des équipes commerciales
- Pilotage d'évènements de relations publiques, séminaires, road show

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

→ **Analyse et élaboration d'une stratégie**

- Elaborer la stratégie marketing d'une régie publicitaire en analysant sa concurrence, les évolutions du marché, en exploitant des données économiques, en analysant la segmentation des supports, produits, offres, les résultats commerciaux et la vie des produits
- Définir ou arbitrer la nature des études à mener en fonction d'une problématique posée

→ **Développement commercial**

- Développer son portefeuille de clients et prospects par le démarchage à partir d'un plan d'actions, d'une argumentation, par l'entretien de relations, le développement de partenariats, par la présentation de nouvelles offres, par l'écoute et l'analyse de la demande du client, le cas échéant en assurant un service après-vente ou en pilotant des actions de relations publiques

→ **Pilotage de projet**

- Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
- Piloter un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges, en lançant l'appel d'offres, en analysant les offres, en négociant avec les partenaires, prestataires ou fournisseurs retenus
- Contrôler la bonne exécution d'un projet ou d'une production, le développement d'un outil en termes de délai, de qualité, de méthodologie
- Définir le budget nécessaire à un objectif à atteindre dans son champ d'action, éventuellement en comparant des bases de prix

- **Management et organisation d'équipe**
 - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
 - Répartir les missions ou charges de travail en tenant compte des priorités de réalisation, des effectifs, de leurs charges de travail
 - **Réalisation d'études**
 - Définir ou arbitrer les méthodologies et les moyens de réalisation d'une étude en fonction de la problématique posée
 - Piloter la rédaction de questionnaires et la constitution de panels de consommateurs adaptés aux pré-tests, tests ou études visés
 - Piloter l'analyse de données (avis de consommateurs, évolution de marchés publicitaires...) en prenant en compte les objectifs fixés à l'étude et en appliquant des techniques de sondage, de modélisation, d'analyse statistique
 - **Veille et documentation**
 - Structurer une veille en organisant et en mettant à disposition l'information collectée
-

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance des techniques et outil du marketing
 - Connaissance des méthodologies d'études et des chiffres du marché
 - Connaissance du médiaplanning
 - Maîtrise de logiciels spécifiques
 - Bonne culture générale
 - Langues étrangères (anglais)
-

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création
- Production



- Stratégie, études et analyses marché

Relations avec les acteurs externes

- Homologues concurrents
- Clients/annonceurs
- Fournisseurs (instituts d'études et de sondage)
- Agences médias

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

Bac +5 : d'école de commerce, d'université.

Expérience recommandée

10 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) dans une fonction marketing /études et expérience de management