

Responsable Marketing

Description & Missions

Le/la responsable marketing définit et met en œuvre la stratégie marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques, ...) pour l'ensemble des produits de l'entreprise. Il/elle peut également diriger un service ou coordonner l'activité d'une équipe.

Environnement & conditions de travail

Selon les cas, les fournisseurs peuvent prendre en charge une partie plus ou moins grande du marketing opérationnel ou se limiter au marketing produit. Selon la nature des gammes de produits traitées, la fonction aura un caractère plus ou moins technique. La dimension communication peut être plus ou moins présente dans la fonction.

Expériences

Accessible à partir d'un Master (M1, Master professionnel, diplôme d'école de commerce, ...) dans un secteur technique ou commercial, complété par une expérience professionnelle en tant que chef de produit. La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, est exigée.. Est aussi accessible après une expérience de 5 à 10 ans dans les fonctions vente ou production de la même branche d'activité.

Formation/Diplômes

- Master spé - Commerce marketing, vente - spécialisation Mode & tendances
- Master spé - Luxury Brand Marketing and International Management (MBA)
- Titre - Bachelor Marketing de la Mode et du Luxe
- Titre - Marketing International des Produits de Mode
- Master spé - Luxury Brand Management (english)
- Licence pro - Gestion et développement des produits de la Mode
- Licence Pro - Industries de la Mode
- Titre - Chef(fe) de Produits Textiles

Tendances d'évolution

Métier en forte spécialisation avec l'évolution des attentes clients, la professionnalisation de la fonction achats chez les clients et la transformation des normes et règles d'hygiène, de qualité, de sécurité et d'environnement.

Autres appellations

- Adjoint / Adjointe au directeur marketing
- Adjoint / Adjointe au directeur mercatique
- Assistant / Assistante au directeur marketing
- Assistant / Assistante au directeur mercatique
- Assistant / Assistante marketing
- Chargé / Chargée d'acquisition online
- Chargé / Chargée d'affaires marketing
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats e-commerce
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats web
- Chargé / Chargée de mission marketing
- Chargé / Chargée de projet marketing
- Chef de groupe marketing
- Chef de groupe mercatique
- Consultant / Consultante marketing
- Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne
- Directeur / Directrice de la mercatique
- Directeur / Directrice du marketing
- Directeur / Directrice marketing produits
- Fundraiser - Collecteur / Collectrice de fonds
- Mobile marketer
- Responsable acquisition online
- Responsable affiliation et partenariats e-commerce
- Responsable affiliation et partenariats web
- Responsable de département marketing
- Responsable du marketing
- Responsable marketing
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing Internet
- Responsable mercaticien / mercaticienne
- Web marketer

Code ROME

M1705 - Marketing

Métiers proches

E1103 - Communication
E1401 - Développement et promotion publicitaire
E1402 - Élaboration de plan média
M1403 - Études et prospectives socio-économiques
M1703 - Management et gestion de produit
M1707 - Stratégie commerciale

Référentiel d'activités et de compétences

DOMAINES D'ACTIVITÉS	ACTIVITÉS	COMPÉTENCES ATTENDUES
STRATÉGIE & MARKETING	Veille de marché / Veille concurrentielle	Réaliser une étude de marché, une enquête clients
		Réaliser une veille de marché et concurrentielle
	Offre produit et services	Définir un argumentaire produits
		Elaborer une stratégie de développement produits
		Organiser un lancement de produit
	Communication / Image de marque	Concevoir et mettre en œuvre des supports de communication et d'image
		Contrôler et développer l'image de marque
		Elaborer un plan marketing
		Organiser et mettre en œuvre des actions de communication, événements
	COMMERCIAL & DISTRIBUTION	Prospection / Opérations commerciales
Distribution / Espaces de vente		Animer une force de vente, un réseau de distribution
Analyse besoins client / Vente		Analyser les besoins des clients
RENTABILITÉ & MAÎTRISE DES COÛTS	Budget / Investissement	Elaborer un budget prévisionnel
		Suivre et piloter un budget
	Plan d'actions / Objectifs / Développement	Proposer et piloter des solutions d'amélioration de la performance
COLLABORATION	Expression / Communication orale	Communiquer en situation professionnelle dans une langue étrangère
MANAGEMENT & ANIMATION	Développement des compétences / Evaluation de la performance	Organiser et animer une formation
	Animation d'équipe / Coordination	Animer une équipe, un groupe de travail
		Coordonner les différents acteurs internes et externes impliqués dans le processus
RH / FORMATION	Gestion des ressources humaines	Coordonner la gestion des ressources humaines
RELATIONS EXTERNES	Conseil / Formation externe	Réaliser des actions de relations publiques, lobbying
APPRENTISSAGE & RESOLUTION DE PROBLEMES	Recherche et analyse d'informations	Rédiger un document, faire preuve d'aisance rédactionnelle
CRÉATION DE PRODUITS & SERVICES	Développement produit	Proposer des nouveaux produits ou des améliorations produit
RÈGLES & ORGANISATION	Reporting / Indicateurs	Analyser, exploiter des données et des indicateurs
PLANIFICATION & PILOTAGE	Planification	Organiser et planifier une activité
ADMINISTRATION & GESTION	Finance	Évaluer les besoins de financement de l'entreprise et rechercher les solutions les plus adaptées
JURIDIQUE & CONTRATS	Expertise juridique	Veiller au respect des dispositions légales et réglementaires

A propos du référentiel d'activités et de compétences des métiers Textiles Mode Cuir

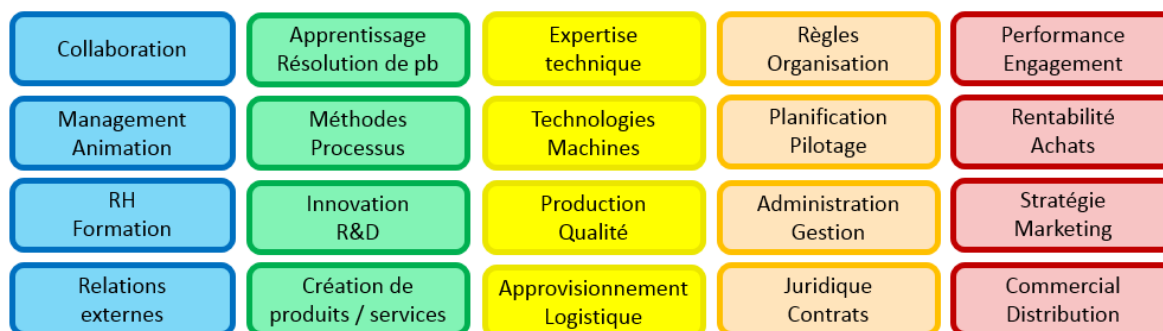
Le référentiel d'activités et de compétences des métiers Textiles Mode Cuir propose une architecture en **5 Axes, 20 Domaines, 80 Activités et 210 Compétences**. Il a été conçu comme un **langage commun** propre à développer la transversalité entre les métiers au sein d'une même branche et entre les branches.

- **Les Axes et les Domaines sont un point d'entrée fixe et interprofessionnel**, valable quelle que soit la filière, la branche ou l'entreprise.

5 AXES



20 DOMAINES D'ACTIVITES



- **Les Activités et les Compétences** sont davantage **contextualisées aux branches Textile Mode Cuir**, tout en étant exprimées dans des libellés suffisamment génériques pour les rendre interopérables / transférables à d'autres secteurs d'activité.
 - Les **80 Activités** sont définies par un **objectif opérationnel à atteindre**, ex. Organisation du travail.
 - Les **210 Compétences** sont définies comme le **moyen d'atteindre cet objectif**, ex. Organiser l'atelier et les postes de travail. Chaque compétence est une capacité à résoudre un problème dans un contexte professionnel donné ; elle s'exprime toujours par 1. Un verbe d'action, 2. Un résultat/livrable obtenu, 3. Un ensemble de savoirs professionnels à mobiliser, 4. Un bénéficiaire direct de la compétence.

Ce référentiel a **plusieurs finalités suivant ses utilisateurs** :

- **Au niveau des branches et de l'observatoire** : présenter de manière synthétique ce qui est attendu dans les différents métiers; identifier les mobilités professionnelles d'un métier à l'autre ou d'une branche à l'autre ;
- **Au niveau des entreprises** : servir de base de référence pour structurer leurs contenus et actions RH : fiches de postes, offres d'emplois, besoins en formation, entretiens professionnels, démarches de GPEC ;
- **Au niveau des salariés et des demandeurs d'emplois** : appréhender le contenu d'un métier de manière simple, sans jargon technique, afin de pouvoir se projeter en terme d'évolution professionnelle.

Méthodologie

Ce référentiel a été construit à partir de 4 sources de données :

- Les 256 fiches métiers historiques de l'Observatoire
- Les 59 fiches ROME correspondantes
- 18 fiches CQP / CQPI
- Un travail réalisé par Unitex sur l'identification de 100 activités professionnelles principales dans les métiers Textile

L'ensemble de ces données a donné lieu à une analyse sémantique automatisée puis à une indexation dans une matrice commune afin d'opérer des regroupements par identification des activités et compétences proches ou de même nature.

Ainsi, d'un référentiel de 2300 activités et compétences hétérogènes, on obtient un référentiel structuré et homogène de 80 activités et 210 compétences, soit un taux de regroupement de 90%. On aboutit ainsi à un référentiel beaucoup plus transverse et partagé entre les métiers : de 12% de compétences transverses à 30%, et de 40% de compétences spécifiques (ie propres à un seul métier) à 10%.

Par rapport à une approche davantage descriptive et contextualisée, cette méthodologie offre les garanties suivantes :

- Une architecture robuste et pérenne : conçue comme universelle, ie adaptée à tout secteur d'activité et tout type d'entreprise, l'arborescence Axes / Domaines du référentiel ne changera pas si les métiers évoluent ; seules des compétences et éventuellement des activités pourront venir se rajouter dans ce cadre au fil du temps ;
- Une forte capacité de transversalité et de transférabilité : les activités et les compétences sont exprimées de la façon la plus générique possible afin que tout type de contexte professionnel puisse s'en emparer ;
- Un langage simple, accessible à tous, y compris à ceux qui ne font pas partie du métier ou de la branche concernés.

Cette méthodologie, inventée par Michel Authier, Michel Serres et Pierre Lévy, les inventeurs des Arbres de Connaissances, a été choisie par de nombreuses entreprises, branches professionnelles, universités et organismes paritaires. Elle a notamment été sélectionnée par la Direction Générale de Pôle Emploi pour opérer une transversalisation complète du ROME (projet en cours).