MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

**Chargé / chargée de marketing stratégique**

**SOUS-FAMILLE :**

Marketing et communication

**AUTRES APPELLATIONS :**

* Chargé / chargée de marketing
* Directeur / directrice marketing
* Chargé / chargée de marketing et du développement
* Chef / fe de marque
* Responsable marketing web
* Responsable produits dérivés
* Chef de produit

**CODE ROME :**

[M1705-Responsable marketing](https://candidat.francetravail.fr/metierscope/fiche-metier/M1705)

**FINALITÉS :**

Le chargé / la chargée de marketing stratégique définit la stratégie marketing du groupe en combinant produits et marchés dans le respect de la ligne éditoriale. Il / elle repère, identifie et propose des projets d'innovation et de recherche en matière de services et de contenus, associant des expertises internes et externes.

**Activités**

***Activités principales***

* Pilotage et suivi des plans d'action en matière de développement numérique
	+ Analyser les données et les indicateurs relatifs au développement des différents supports
	+ Analyser tous les éléments du mix produit sur son marché (positionnement, vente, prix, audience...)
* Définition de la marque globale et des produits
	+ Définir la politique de diversification de la marque (plus-produits, autres supports...)
	+ Définir les moyens de communication et de promotion
	+ Définir les objectifs d'image et de notoriété
	+ Diffuser et faire connaitre la stratégie de marque en interne
	+ Formaliser l'identité de la marque
	+ Proposer un plan d'action marketing et communication (dont le mix produit)
* Définition de la stratégie et des projets d'édition numérique
* Génération de sources de revenus additionnels

**VARIABILITÉ DES MÉTIERS :**

En fonction de la nature des projets, le chargé de marketing stratégique peut être amené à coordonner de nombreux interlocuteurs, internes et externes.

**Compétences**

***Compétences stratégiques***

* Repérer les innovations qui justifient d'être testées et exploitées dans son domaine

***Compétences techniques***

* Définir les objectifs à proposer (en volume, en valeur) dans un business plan
* Traduire l'identité de la marque et des produits en projet marketing

***Compétences relationnelles***

* Développer des relations de travail solides et des partenariats avec les départements internes et les différents intervenants
* Piloter et coordonner un grand nombre d'acteurs
* Créer et entretenir un réseau de relations professionnelles entre les équipes éditoriales et techniques

**Connaissances**

* Communication et conduite de projets
* Environnement professionnel
	+ Connaissance des fournisseurs, des prestataires et des pratiques commerciales
	+ Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture
	+ Gammes de produits et services de l'entreprise
* Statistiques et reporting
* Techniques d'achat

**Voies d’accès et passerelles**

***Profils***

Bac + 5 dans les domaines du marketing, du commerce et de la gestion

***Expérience***

Pas d'expérience requise

**Envie de changer de métier ?**

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Chargé / la chargée de marketing éditorial
* Chargé / chargée de l'acquisition d'audience

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Planneur / planneuse stratégique (Publicité)