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

**Chargé / chargée de l'acquisition d'audience**

**SOUS-FAMILLE :**

Marketing et communication

**AUTRES APPELLATIONS :**

* Chef / cheffe de marché
* Responsable base de données
* Chef / cheffe de produit marketing direct

**CODE ROME :**

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

**FINALITÉS :**

Ce profil type couvre des activités marketing et éditoriales. Son objectif principal étant l'acquisition d'audience, le chargé / la chargée de l'acquisition d'audience aura pour objectif de mieux connaître le lectorat et de le développer, ce qui le / la conduira à proposer et exploiter des études marketing (en lien avec le chargé / la chargée d'études et recherche) et à développer des activités ciblées de prospection et/ou de fidélisation (notamment par le développement d'outils CRM ou e-CRM).

**Activités**

***Activités principales***

* Communication média
* Génération du trafic sur le web
	+ Assurer l'adéquation entre les objectifs d'audience et les choix techniques
	+ Identifier des potentiels d'audience
* Organisation et pilotage d'une veille stratégique
	+ Assurer une veille sur les modes de consommation des médias
	+ Développer et tester des pratiques de marketing innovantes (marketing des réseaux sociaux, street marketing, géo marketing, ...)
* Suivi et analyse des ventes et de l'audience
* Suivi et analyse du lectorat
	+ Assurer une veille sur les modes de consommation des médias
	+ Réaliser des études des usages et de leur évolution en matière de média
	+ Suivre et analyser les taux de lecture et de satisfaction des articles (baromètre rédactionnel...)
	+ Exploiter les études marketing pour mieux appréhender le lectorat

**VARIABILITÉ DES MÉTIERS :**

En fonction des organisations, il / elle peut lui-même gérer l'animation et le suivi des réseaux sociaux, ou travailler en lien avec l'animateurs de communautés à l'éditorial.

**Compétences**

***Compétences stratégiques***

* Exploiter tous les canaux de diffusion intéressants afin de créer une demande accrue des consommateurs
* Imaginer toutes les opportunités de développement à moyen et long terme
* Anticiper les évolutions et tendances qui justifient de mener une étude (prospection ou validation)

***Compétences techniques***

* Traduire l'identité de la marque et des produits en projet marketing
* Choisir les outils et les méthodes adaptés aux objectifs et aux enjeux d'une étude
* Interpréter des données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des clients
* Rechercher les informations dans les bases de données internes ou externes à l'entreprise
* Construire une base de données (quantis et qualis) pour constituer l'historique des informations

***Compétences relationnelles***

* Identifier les compétences et les intervenants à mobiliser dans un projet
* Négocier la mise en oeuvre d'une stratégie avec les équipes commerciales

**Connaissances**

* Communication et conduite de projets
	+ Outils et méthodes de gestion et de conduite de projet
	+ Techniques et outils de communication orale / écrite
* Environnement professionnel
	+ Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture
	+ Connaissance pratique des réseaux sociaux tels que Instagram, X, Youtube, Linkedin, Facebook,... la blogosphère et les forums de discussion
* Statistiques et reporting

**Voies d’accès et passerelles**

***Profils***

Bac + 5 dans les domaines du marketing, du commerce et de la gestion, ou encore des sciences politiques

***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 marketing stratégique
* Chargé / chargée d'abonnement fidélisation
* Chargé / chargée d'études et de recherche

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Data analyst
* Community manager (publicité)