

Cheffe de marketing DF

Chef de marketing DF

Marketing

Impression, papier

Communication, médias

Véhicules

En tant que cheffe ou chef de marketing diplômé(e), vous préparez le terrain à la commercialisation d'un produit ou d'un service. Vous analysez votre branche d'activité, évaluez le potentiel des clients actuels et futurs, concevez et mettez en œuvre des stratégies pour orienter les activités d'une entreprise en fonction des tendances du marché et des désirs des consommateurs.

Tâches



Leurs principales activités consistent à:

Etudes de marché

- constituer une base de données d'informations sur les consommateurs potentiels; classer les clients en différentes catégories en fonction de l'âge, du sexe, du milieu socio-culturel, de la capacité financière, etc.
- identifier le comportement des consommateurs à partir d'enquêtes sur les intentions d'achats, d'études ou de sondages d'opinion faits par des instituts spécialisés, et d'informations fournies par les vendeurs
- analyser la demande des clients à l'aide d'outils statistiques, d'aide à la décision et de logiciels spécialisés, en tenant compte des prix, des cycles saisonniers ou événementiels (fêtes, manifestations sportives ou culturelles, etc.), et d'autres facteurs
- s'informer sur la concurrence à travers les articles de presse, les banques de données spécialisées, les campagnes de marketing, les tests de produits, les émissions radio ou TV, etc.
- utiliser les connaissances en économie, en droit et en statistiques pour observer, analyser et choisir les marchés (canaux de distribution, clientèle-cible, etc.)

Réalisation de projets

- établir un cahier des charges proposant un schéma d'études selon le type de produit à lancer et selon le genre d'informations à collecter
- calculer les coûts et les prix, établir le budget, superviser l'élaboration et la réalisation des concepts de marketing, faire respecter les délais
- choisir les médias les plus appropriés (TV, radio, réseaux sociaux, presse, Internet, etc.) pour lancer une campagne de communication marketing, en évaluer les effets
- s'adresser à une catégorie particulière de consommateurs, par courrier postal ou messagerie électronique, pour les informer, les convaincre et les fidéliser
- mettre en place un système de logistique (personnel, transports, équipements nécessaires à la réalisation des objectifs) et un suivi commercial qui contribuent au développement des contacts et à l'élargissement de la prospection

- mesurer l'efficacité et la rentabilité d'une campagne marketing: taux de réponses à une enquête, volume des commandes ou des ventes, articles de presse, etc.

Environnement de travail

En tant que chef de marketing, vous travaillez en étroite collaboration avec une équipe dirigeante, incluant les chefs de vente et les spécialistes en marketing. Vos horaires de travail sont généralement réguliers, bien que parfois chargés, notamment lors du lancement d'une campagne importante.

Vous occupez une position de cadre et, dans les petites et moyennes entreprises, vous collaborez au sein d'un département qui peut regrouper les activités de marketing, vente et publicité. Vous pouvez également être engagé par des bureaux indépendants qui offrent aux entreprises des études ponctuelles, des conseils, voire la réalisation complète d'une action commerciale.

Dans le cadre de votre évolution professionnelle, vous avez la possibilité de devenir directeur de marketing, chef d'entreprise, consultant indépendant, etc.

Qualités requises et intérêts

Qualités requises

- Aptitude à diriger et gérer une équipe
- Aptitude à négocier
- Capacité d'analyse
- Disponibilité
- Esprit de synthèse
- Facilité de rédaction
- Facilité pour les langues
- Sens commercial

Formation

Cette formation est généralement modulaire et s'acquiert en emploi. Les conditions d'admission à l'examen figurent dans le règlement du SEFRI.

Offre d'études

Formations continues

Les chefs de marketing occupent une position de cadre. Dans les petites et moyennes entreprises, elles et ils collaborent au sein d'un département qui peut regrouper les activités de marketing, vente et publicité. Ces professionnels peuvent également être engagés par des bureaux indépendants qui offrent aux entreprises des études ponctuelles, des conseils, voire la réalisation complète d'une action commerciale.

Dans le cadre de leur évolution professionnelle, les chefs de marketing ont la possibilité de devenir directeurs de marketing, chefs d'entreprise, consultants indépendants, etc.

Perfectionnement

Les chefs de marketing peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue portant sur des aspects liés à la communication, l'économie, la publicité, la rédaction, proposés par les organisations du monde du travail et différentes institutions de formation publiques ou privées
- Certificate ou Diploma of Advanced Studies (CAS ou DAS) en Marketing Management
- etc.

Pour plus de détails, consulter orientation.ch/perfectionnement

[BASE_URL/http://orientation.ch/perfectionnement](http://orientation.ch/perfectionnement)

et orientation.ch/postgrades

[BASE_URL/http://orientation.ch/postgrades](http://orientation.ch/postgrades)

.

Professions voisines

Autre information

Numéro Swissdoc

Liens utiles

Bases legales

<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/show/84673?lang=fr>