

MarKom

Spécialiste en marketing

Description générale

Les spécialistes en marketing sont recherchés par des entreprises de toute taille souhaitant offrir de manière efficace leurs services ou prestations à un groupe cible. Ils conçoivent et réalisent un marketing professionnel sur la base d'objectifs clairement définis et en garantissent l'application sur le plan instrumental. Ils planifient les mesures marketing et les mettent en œuvre avec succès; ils sont en mesure de mandater et diriger des spécialistes.

Tâches

Analyse

Rassembler et préparer des informations marketing.

Concept et stratégie

Se procurer et élaborer les bases décisionnelles; élaborer des concepts marketing pour des produits particuliers ou groupes de produits; élabore des plans de mesures opérationnelles pour des instruments marketing particuliers.

Activités opérationnelles

Prépare et met en œuvre les mesures marketing, entre autres celles pour la communication

Budgets

Elabore et surveille le budget des dépenses.

Organisation

Briefing, octroi de mandats et travail d'équipe avec les spécialistes externes.

Gestion des collaborateurs

En règle générale sans responsabilité de gestion, sinon en tant que suppléant.

Position et Responsabilités

Occupe des fonctions line ou staff ou de conseil, principalement dans le product management; a des responsabilités partielles en tant qu'assistant du chef marketing; a des responsabilités partielles en tant qu'assistant du chef de vente; promotion de vente (expositions, POS, etc.); communication en marketing/relations publiques. Surveillance des coûts et budgets.

Compétences

Compétences techniques

Recherche en marketing

Maîtrise l'utilisation des méthodes d'analyse marketing; capable de choisir et d'assembler des données relatives au marketing.

Concept marketing

Compréhension de l'analyse, de la conception et de la mise en œuvre en stratégie marketing.

Instruments marketing

Connaissances en instruments marketing tels que vente, promotion de vente, publicité, distribution et relations publiques.

Comptabilité, controlling

Connaissances élémentaires en comptabilité commerciale et financière; emploi de diverses méthodes de calcul.

Compétences techniques complémentaires

Comprendre et savoir reconnaître les relations entre la macro et la micro-économie ainsi que les développements conjoncturels; comprendre les structures juridiques et les transposer dans le quotidien.

Compétences méthodologiques

- Techniques efficaces de résolution de problèmes et de prise de décision
- Techniques efficaces de travail et de gestion du temps
- Emploi de diverses techniques de présentation
- Emploi de diverses techniques de créativité

Compétences sociales

- Présentation assurée et en adéquation avec les situations (maintien, politesse, etc.)
- Discrétion dans l'utilisation d'information confidentielles
- Emploi compétent de la communication verbale et non-verbale
- Elaboration de solutions raisonnables lors de conflits
- Facultés intellectuelles
- Aptitudes à diriger
- Volonté au travail