



Responsable marketing

TOUS SECTEURS

MARKETING-
COMMERCIAL

En quelques mots

Le Responsable Marketing a pour rôle de mettre en œuvre la stratégie marketing de son entreprise (marché, produit, positionnement, distribution) et d'assurer la coordination et le contrôle opérationnel des projets. Il contribue au développement de nouveaux produits, à la croissance des ventes et à la rentabilité de sa société.

Autres appellations

Responsable des études marketing, responsable projets marketing



Environnement de travail

Le Responsable Marketing doit avoir une connaissance fine de son secteur d'activité et être expérimenté dans de nombreux domaines. Il doit posséder des compétences marketing, mais également commerciales, être apte à mener des négociations, avoir des connaissances financières et juridiques. Capable d'analyser son marché, de synthétiser ces données et de prendre des initiatives, il a une personnalité créative, rigoureuse et pragmatique. Devant manager une équipe, le responsable marketing est à l'aise pour travailler en équipe. Des qualités de leadership et de persuasion sont nécessaires.



Comment accéder à ce métier ?

Le métier de Responsable Marketing nécessite de posséder plusieurs années d'expérience en vente ou en marketing (chef de produit, assistant responsable marketing). Le niveau d'études souhaité est un bac +4/5, type école de commerce, IEP (avec une spécialisation en communication et/ou marketing) école de communication, diplôme universitaire (master professionnel, MBA...) en communication et/ou marketing.

Perspectives professionnelles

Le Responsable Marketing peut, après plusieurs années d'expérience, prendre le titre de directeur du marketing.



Ils parlent de leur métier

“ J'ai pour mission de concevoir un plan d'action – pour promouvoir un produit ou un service – et d'en suivre la réalisation. Pour atteindre cet objectif je dois collecter des informations et mener des études marketing pour connaître le marché, la concurrence, les cibles et les opportunités d'un produit mais aussi être force de proposition de nouveaux produits et de nouveaux créneaux. Il m'arrive de définir des actions marketing tels que la communication, la promotion, la distribution ainsi que la publicité du produit sur lequel je travaille. Je supervise et coordonne ces différentes actions pour assister les commerciaux dans leurs quotidien.

”