

Fonction

DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.C \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ETUDES MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [CUSTOMER DATA ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

La/le Directeur (directrice) marketing est garant(e) de la stratégie Marketing, du développement du chiffre d'affaires, de la satisfaction client et du positionnement de la marque.

Elle/il définit, avec ses collaborateurs, les orientations stratégiques et les objectifs à court, moyen et long terme ainsi que les moyens à mettre en œuvre pour les atteindre, qui seront à décliner par toutes les parties prenantes de sa direction.

Au sein de sa direction, elle/il porte la vision à long terme et est un facilitateur plus qu'un expert. Elle/il aide ses équipes à s'ouvrir vers l'extérieur et fait de la mise en relation avec son réseau

Missions

Impulser / donner la direction / diriger

Concevoir et mettre en place la stratégie marketing sur son périmètre

- Elle/il a pour mission de définir la stratégie marketing et de la décliner au niveau opérationnel en définissant les axes de développement des produits et services. Pour cela, elle/il mobilise et crée de la synergie entre les trois piliers clés du marketing : le marketing client, le marketing développement et le marketing stratégique
- Elle/il coordonne avec ses collaborateurs, les activités de conception et de mise en œuvre des plans marketing nécessaires au développement des offres de l'entreprise (analyse du marché, détermination des cibles, objectifs à atteindre, choix des axes publicitaires et de communication, etc.).

Veiller au bon positionnement de la marque

- Elle/il veille au bon positionnement de la marque, de ses produits et de ses services en tenant compte des évolutions, et réalise un storytelling cohérent entre les supports pour obtenir une visibilité optimale.
- Elle/il contribue au lancement des offres ainsi que la mise en œuvre d'actions promotionnelles (marketing opérationnel, marketing client, marketing de l'innovation, etc.).

Suivre les tendances et élaborer des recommandations stratégiques

- Elle/il a pour mission de suivre les évolutions du marché (nouveaux services, évolutions techniques, etc.) pour détecter les nouvelles opportunités et les besoins des clients.
- Elle/il optimise en continu le portefeuille existant à travers des innovations incrémentales et radicales, et propose de nouvelles catégories de produits qui sont à la fois nouveaux pour le marché et pour l'entreprise.

Encourager le changement

- Son rôle présente une forte composante managériale, elle/il doit savoir fédérer les parties prenantes autour des objectifs définis et des enjeux de son activité, sur les trois piliers du marketing.
- Elle/il sait animer ses équipes en mode agile à travers une approche organisationnelle holistique et challenge ses équipes pour améliorer leur efficacité.

- Elle/il fait grandir ses équipes en impulsant l'acquisition de nouvelles méthodes et facilite la conduite du changement.
- Elle/il sait développer et entretenir un réseau professionnel marketing à l'interne et à l'externe, notamment à travers des partenariats.

Compétences

Communication et marketing

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

Marketing digital

Connaître l'écosystème numérique et maîtriser l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux (email marketing, publicité display, search engine marketing, content marketing, social / mobile marketing, Réseaux Sociaux, analyse web, codage . . .).

Comportementales Socles

Orientation client

Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

Culture du changement et de l'innovation

Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Coopération et ouverture

Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Orientation résultats

Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Système d'excellence

Management du système d'excellence

Mettre en oeuvre un management global et intégrateur de l'amélioration continue. Favoriser l'apprentissage et l'appropriation des procédures et standards au poste. Faire partager une vision de l'amélioration continue qui ait du sens pour chacun et développer ses équipiers par l'apprentissage de la résolution de problèmes. Créer les conditions pour aider celui qui réalise le service auprès des clients, pour bien faire du premier coup et apprendre de ses erreurs. Manager la transformation, définir et accompagner la mise en oeuvre du contrat d'objectifs. Garantir la maîtrise du nominal en recherchant le juste équilibre des attentions entre le Client, le Postier et l'Entreprise.

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets

d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Leadership fort et vision long terme
- Capacité à naviguer dans une environnement incertain
- Ouvert(e) et innovant(e)

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn numerique
 - ☐
- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 10 à 49