

Métier

MARKETING STRATEGIQUE ET DEVELOPPEMENT

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 \(H/F\)](#)

A compétences proches

- [RESPONSABLE MARKETING](#)

Raisons d'être

Le métier définit la stratégie marketing et élabore le plan marketing annuel en intégrant des éléments de veille, d'innovation, d'analyse de la data et les insights clients.

Missions

Fixer les objectifs marketing pluri-annuels de l'entreprise (marchés, offres...)

• Écouter le marché (national et international), se tenir informé des tendances et réaliser des études de marché afin d'anticiper les évolutions (changement de législation, arrivée d'un concurrent, ouverture d'un marché, etc.). Réaliser une veille technologique, technique et concurrentielle afin d'identifier des opportunités et d'enrichir les méthodes et les outils de développement et stimuler l'innovation (notamment l'innovation radicale).

• A partir des éléments de veille et des autres données disponibles (données clients notamment), produire des analyses stratégiques afin d'élaborer des recommandations pour les plans d'actions marketing et .

Innover et conquérir de nouveaux territoires de croissance commerciaux

- Valoriser l'ensemble des données clients pour en faire un levier de création de valeur, identifier des potentiels de conquête et améliorer le taux de pénétration des offres
- Détecter de nouveaux territoires de développement grâce aux méthodes d'idéation et de prototypage

Analyse et optimiser la performance marketing

- Mettre en place, exploiter et enrichir les outils d'analyse marketing
- Analyser la performance multi-canale des offres.
- Mesurer le retour sur investissement de chaque action marketing , mettre en place des objectifs quantitatifs et qualitatifs sur toutes les actions engagées et assurer le suivi et les évaluations en termes de résultats.

Facteurs d'évolution du métier

Adaptation constante aux évolutions technologiques et digitales aux évolutions sociétales et

environnementales

Adaptation constantes aux évolutions de modèles économiques

Bonne connaissance du client et des évolutions du marché

Famille

Filière

Répartition des effectifs

- Bgpn numerique
- □ Services-Courrier-Colis
- □ Banque postale

Effectif du métier

De 10 à 49