Fiche métier
Responsable marketing

→ **Les métiers supports**

→ **Famille marketing**

Description du poste

Le responsable marketing contribue à l'élaboration de la stratégie marketing de la mutuelle et la met en œuvre dans son domaine d'intervention. Il conçoit, développe et pilote des plans d'actions stratégiques ou opérationnels ou digitaux.

Autres appellations

- Responsable marketing stratégique
- Responsable marketing opérationnel
- Directeur marketing stratégique
- Directeur marketing opérationnel
- Responsable marketing digital
- Responsable Expérience Client et Marketing Digital

Activités principales

- Manager l'équipe marketing (recrutement, accompagnement des salariés, organisation de l'activité)
- Définir la stratégie et de plans d'actions de marketing (digital)
- Analyser les résultats du plan d'actions et mettre en place des actions correctives si nécessaire
- Piloter et coordonner des études de marché
- Analyser les besoins des adhérents ainsi que leur satisfaction vis-à-vis des produits/services proposés, constituer des groupes de travail
- Développer des approches marketing multicanales adaptées selon les cibles et la politique commerciale de la mutuelle
- Concevoir et proposer un plan d'actions marketing opérationnel lié au développement de la mutuelle
- Collaborer avec la direction commerciale
- Piloter la mise en œuvre du plan d'actions de marketing opérationnel en définissant les objectifs, les moyens et le calendrier

Compétences mutualistes

Compétences mutualistes

- Connaître l'identité et les valeurs mutualistes (histoire, appartenance à l'ESS, acteurs, écosystème, facteurs de différenciation…)
- Valoriser la différenciation mutualiste auprès des adhérents/patients
- Connaître les types de produits, l'offre de services et l'organisation de la mutuelle
- Connaître les points clefs de la règlementation de la protection sociale

Compétences relationnelles

Compétences relationnelles

- Collaborer avec le réseau de partenaires externes
- Contribuer au développement du réseau des partenaires externes

Compétences techniques

Compétences techniques

Compétences techniques

- Maîtriser les techniques de marketing (produit ou opérationnel), de géomarketing et de marketing digital
- Réaliser des analyses et synthétiser les données pour mener des actions adaptées
- Concevoir, proposer et piloter la mise en œuvre de plans d'actions de marketing opérationnel
- Maîtriser les techniques de veille concurentielle
- Être capable de définir la stratégie marketing et suivre sa mise en place opérationnelle
- Analyser les résultats du produit sur le marché et les comparer aux objectifs
- Piloter des études sur le comportement, les besoins et la satisfaction de l'adhérent

Compétences transversales

Compétences transversales

- Accompagner le changement et renforcer la coopération entre les équipes en interne
- Identifier les besoins de développement des compétences et proposer des actions de formation idoines
- Animer un collectif de travail afin qu'il soit créatif
- Savoir organiser l'activité d'une équipe de travail
- Suivre et évaluer les résultats des actions et services mis en œuvre
- Savoir travailler en mode projet

Devenir Responsable marketing

- Formation de niveau bac +5 (école supérieure de commerce ou master marketing) avec une expérience en marketing

MOBILITE PROFESSIONNELLE

Postes précédents

- Chargé de communication
- Chef de produit
- Assistant marketing
- Chargé d'études marketing
- Chef de projet marketing
- Consultant marketing

Evolutions professionnelles

- Responsable produit
- Directeur marketing (digital)
- Métiers de la communication