

Fiche métier

Chargé de marketing opérationnel

→ Les métiers supports

→ Famille marketing

Description du poste

Le chargé de marketing opérationnel participe à l'élaboration et met en oeuvre des actions de communication commerciale.

Autres appellations

- Chargé de marketing-vente
- Chargé de marketing
- Chargé de e-marketing

Activités principales

- Participer à la conception et à la mise en œuvre des actions de communication et des plans d'actions marketing
- Concevoir, fournir aux équipes et accompagner le déploiement des outils de vente (argumentaires, outils de communication, fiches-produits, ...)
- S'assurer de la visibilité et lisibilité des différents supports développés
- Participer à la conception et à la réalisation de la communication à destination des adhérents
- Participer aux actions de développement des ventes par la mise en place d'un plan de communication ou d'actions spécifiques
- Assurer la logistique de la mise en œuvre des actions

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

Compétences relationnelles

Compétences relationnelles

- Collaborer avec le réseau de partenaires externes
- Adapter sa posture et sa communication à différents profils d'interlocuteurs
- Collaborer avec une grande diversité d'interlocuteurs au sein d'une même structure

Compétences techniques

Compétences techniques

- Identifier les profils et spécificités des adhérents et des prospects
- Maîtriser les techniques de marketing (produit ou opérationnel), de géomarketing et de marketing digital
- Concevoir, proposer et piloter la mise en œuvre de plans d'actions de marketing opérationnel
- Réaliser des études sur le comportement et les besoins de l'adhérent
- Maîtriser les techniques de veille concurrentielle
- Elaborer les outils nécessaires aux réseaux commerciaux

- Participer à la définition du plan de communication
- Contribuer à la réalisation des outils d'aide à la vente
- Développer des approches marketing multicanales adaptées selon les cibles et la politique commerciale de la mutuelle
- Savoir concevoir, rédiger et suivre des supports de communication
- Maîtriser les outils de publication assistée par ordinateur (PAO)
- Identifier les dysfonctionnements et proposer des actions correctives

Compétences transversales

Compétences transversales

- Savoir travailler en mode projet
- Réaliser un suivi de son activité en utilisant les outils de reporting

Devenir Chargé de marketing opérationnel

- Master II mention marketing; diplôme d'école de commerce

MOBILITE PROFESSIONNELLE

Postes précédents

- Assistant marketing
- Conseiller clientèle
- Responsable commercial
- Animateur réseau

Evolutions professionnelles

- Chargé de communication
- Chargé de développement RH
- Chargé de prévention
- Chef de produit
- Chef de projet (accompagnement des transformations)
- Responsable marketing
-

Proximité des métiers

MÉTIER DE BASE

Chargé de marketing opérationnel

PROXIMITÉ PROCHE

PROXIMITÉ LOINTAINE

Chargé de communication

Responsable marketing

Chef de produit

PROXIMITÉ ÉLOIGNÉE

Chargé de prévention

Chef de projet (accompagnement
des transformations)

Chargé de développement RH