

FAMILLE MÉTIERS
FONCTIONS SUPPORTS

CHARGÉ(E) DE MARKETING

CODE MÉTIER

MF1124

CODE ROME ASSOCIÉ

M1705 - MARKETING

AUTRES APPELLATIONS EN FRANÇAIS

CONSULTANT MARKETING

CHARGÉ D'AFFAIRES MARKETING

AUTRES APPELLATIONS EN ANGLAIS

WEB MARKETER

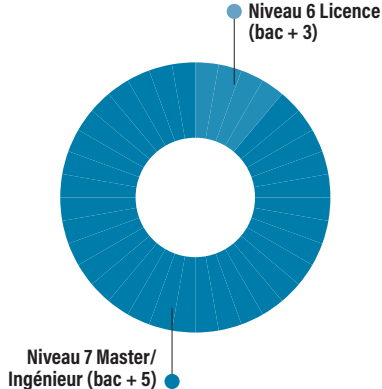
DIGITAL BRAND MANAGER

CHIFFRES CLÉS - FAMILLE MÉTIERS

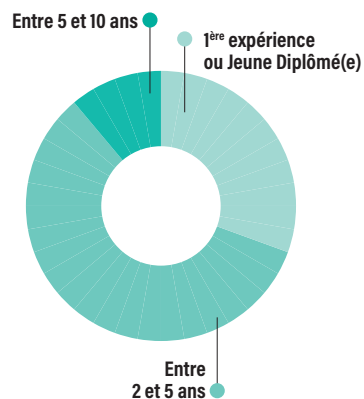
970



Emploi actuel famille
à laquelle ce métier appartient



Niveaux de formation demandés
dans les offres d'emploi de la famille
à laquelle ce métier appartient



Niveaux d'expérience demandés
dans les offres d'emploi de la famille
à laquelle ce métier appartient

PRÉSENTATION DU MÉTIER

FINALITÉ DU MÉTIER

Le Chargé de Marketing met en place la stratégie de communication commerciale pour l'ensemble des produits et services financiers de l'entreprise.



CHARGÉ(E) DE MARKETING

PRÉSENTATION DU MÉTIER

ACTIVITÉS PRINCIPALES

ANIMER LES RÉSEAUX SOCIAUX :

Le Chargé de Marketing rédige les contenus de divers supports de communication tels que les newsletters, les communiqués de presse, les réseaux sociaux de l'entreprise, etc. Il participe, dans le cadre du déploiement de produits ou services financiers, à la mise en œuvre de projets marketing et d'actions commerciales, qu'il diffuse dans les médias. Il définit la stratégie digitale et renforce la présence médiatique de l'entreprise en diffusant des supports de qualité, à des fins d'information sur les produits financiers, d'investissements, de placement et tout autre service de la finance.

ANALYSER ET DÉVELOPPER LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE :

Il collabore régulièrement avec le management pour traduire les objectifs des entreprises de la finance en stratégie marketing. Il analyse les résultats statistiques et qualitatifs des campagnes marketing déjà effectuées (via le site intranet, les plaquettes, les communautés de pratique, le club utilisateur, analyse SWOT, benchmark...). Il établit une stratégie de communication commerciale axée sur les grandes priorités et par segment de clientèle.

CRÉER ET DÉVELOPPER LES OUTILS DE COMMUNICATION D'AIDE À LA VENTE :

Il réalise des supports et campagnes de communication (ex : affiches, plaquettes, catalogues) et travaille pour cela avec les équipes commerciales, le service relation investisseurs, ou encore les structureurs. Il assure l'harmonisation des supports de communication et suit les produits en cours (Rapport annuel, supports de présentation, pitch, communications métiers...).

CONDITIONS DE TRAVAIL

LE RYTHME DE TRAVAIL

Le rythme de travail du Chargé de Marketing varie selon l'entreprise dans laquelle il exerce ses fonctions et les projets sur lesquels il intervient. Il s'adapte aux besoins marketing quotidiens.

LES DÉPLACEMENTS

Le métier du Chargé de Marketing s'exerce en partie au bureau, car, il travaille sur l'outil informatique (réseaux sociaux et logiciels de communication). Il se déplace pour des actions promotionnelles liées au secteur de la finance, ou pour créer un réseau de relations commerciales.

PRINCIPALES COMPÉTENCES ATTENDUES

COMPÉTENCE ATTENDUE	NIVEAU ATTENDU	TYPE DE COMPÉTENCES
Communiquer efficacement	4	COMPORTEMENTALE
Travailler en équipe	3	COMPORTEMENTALE
Encadrer une équipe	3	COMPORTEMENTALE
Adapter une campagne promotionnelle à une cible ou un produit	4	COMPORTEMENTALE
Concevoir des supports d'information et de communication	3	COMPORTEMENTALE
Utiliser l'anglais en contexte professionnel	4	COMPORTEMENTALE
Définir une stratégie commerciale	4	ORGANISATIONNELLE
Dimensionner les moyens humains, techniques et financiers d'un projet	3	ORGANISATIONNELLE
Positionner une entité et promouvoir une différenciation	4	ORGANISATIONNELLE
Maîtriser les outils logiciels métiers	4	TECHNIQUE
Anticiper des points de difficultés commerciales et proposer des solutions	4	TECHNIQUE
Rédiger et argumenter une proposition commerciale	4	TECHNIQUE

1. Notions 2. Avancé 3. Maîtrise 4. Expertise



CHARGÉ(E) DE MARKETING

LES FORMATIONS POTENTIELLES

LES FORMATIONS RECOMMANDÉES GÉNÉRALES

- FRAUDE INTERNE / EXTERNE
- PRÉVENTION DE LA CORRUPTION
- ABUS DE MARCHÉ
- CERTIFICATION AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS (AMF)
- RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

LES FORMATIONS RECOMMANDÉES SPÉCIFIQUES AU MÉTIER

- MIF 2 (MARKETS IN FINANCIAL INSTRUMENTS DIRECTIVE)

LES AUTRES CERTIFICATIONS ET DIPLÔMES POTENTIELS

(liste non-exhaustive ne valant pas (dés)approbation d'une certification)

■ MASTER - ECONOMIE ET FINANCE

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34554>

■ BUT - TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION ET MARKETING

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35354>

■ MASTER - MARKETING, VENTE

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31501>

■ MASTER - FINANCE

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32159>

■ LICENCE PROFESSIONNELLE - E-COMMERCE ET MARKETING NUMÉRIQUE

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/30060>

■ DU - MARKETING ET STRATÉGIE

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34551>

LES MOBILITÉS POTENTIELLES

(liste non-exhaustive ne valant pas (dés)approbation d'une certification)

VERS CE MÉTIER (MÉTIER DE PROVENANCE)

SALESMAN

DEPUIS CE MÉTIER (MÉTIER DE DESTINATION)

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGER