

## DIRECTEUR MARKETING

appellations voisines : directeur marketing et support commercial



### MISSIONS

Élabore et met en œuvre la stratégie marketing de l'entreprise :

- > définit la stratégie à moyen et long terme, pour l'ensemble des produits de l'entreprise,
- > supervise le lancement des nouveaux produits,
- > participe à la détermination des objectifs commerciaux,
- > supervise une équipe qu'il recrute, organise et motive,
- > conçoit les politiques produits, prix, communication (publicité, promotion) et choisit les agences chargées de la mise en œuvre de celles-ci,
- > établit et gère le budget du service,
- > réalise une veille créative et technologique en vue de proposer de nouvelles solutions.



### ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et le périmètre de poste, le directeur marketing peut être amené à :

- coordonner les opérations webmarketing venant appuyer la stratégie globale (publicité online, événements blogueurs/lecteurs, jeux-concours, etc.), pour ce faire, il est accompagné d'un responsable webmarketing dans l'élaboration et la mise en place de la stratégie digitale.
- assurer la gestion du service commercial,
- prendre en charge les activités de communication et de promotion de la maison d'édition,



### COMPÉTENCES REQUISES

#### Compétences techniques :

- maîtriser les outils du marketing stratégique, les techniques d'études marketing qualitatives et quantitatives, et la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes,
- appliquer les techniques de webmarketing et de e-commerce (prospection, référencement, responsive design), et une méthodologie de veille créative et technologique sur l'évolution des supports et des formats marketing,
- définir les objectifs et le plan d'études pour l'année,
- valider la stratégie de marketing opérationnel,
- établir et veiller à la mise en œuvre du plan marketing des produits par les différents services,
- définir le mix produit (prix, produit, distribution, communication / promotion, etc), participer au choix de lancement des produits,
- proposer le développement de nouveaux produits en s'appuyant sur une bonne connaissance du marché,
- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché,
- manipuler les données commerciales pour adapter sa stratégie,
- comprendre et respecter le cadre juridique de la gestion des données (achat, collecte, traitement, vente),

- participer à la détermination des tirages et arrêts de commercialisation,
- suivre et analyser le chiffre d'affaires et les taux de retour,
- participer auprès de la direction éditoriale à la politique éditoriale de la maison d'édition.

#### Compétences de gestion :

- élaborer le budget de son domaine d'activité et le suivre.

#### Compétences en management :

- définir l'organisation de l'équipe, participer et/ou valider les recrutements, veiller au développement de leurs compétences.

#### Compétences relationnelles :

- proposer à sa direction toute action collective permettant d'améliorer l'efficacité des plans,
- assurer la liaison des services marketing avec les fonctions éditoriales, distribution, commercial, communication, etc.),
- créer et entretenir des relations de confiance et de partenariat avec les clients, et les différents services de l'entreprise,
- compiler et présenter l'information lors de réunions éditoriales, commerciales-marketing.



### PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur général.  
Il encadre les postes du service : responsable des études marketing, chefs de groupe de produits, chefs de produit, chargés d'études, etc.  
Il travaille en relation avec les services communication, commercial, éditorial et distribution.



### FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I (Ex : écoles de commerce ou master édition, master en économie ou gestion à l'Université) préparent à l'exercice du métier de directeur marketing.  
La fonction de directeur marketing comme celle de directeur commercial est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.  
Ces qualifications doivent toutefois s'accompagner de plusieurs années d'expérience, ainsi que de compétences managériales et de gestion.



### CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur marketing travaille en équipe (coordination, encadrement, reporting).  
Selon l'organisation du travail, il peut être interne à la maison d'édition ou faire partie d'une structure de diffusion externe. Dans ce cas, il peut travailler pour plusieurs éditeurs.



### MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les directeurs marketing débutent généralement leur carrière en exerçant différents postes dans un service commercial (responsables comptes clés, etc) ou un service marketing (chefs de produits ou responsables des études marketing, etc.) au sein du secteur ou dans un autre secteur.  
Le directeur marketing peut évoluer vers des fonctions de direction dans un service commercial et de distribution, dans le cadre de mobilité interne et externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017  
POUR PLUS D'INFORMATIONS : [WWW.SNE.FR](http://WWW.SNE.FR)