

Espaces de loisirs, d'attractions & culturels

Cartographie des métiers



Directeur(rice) marketing, communication

Famille(s) de métiers :

Management

Marketing et commercial



Missions

Concevoir, mettre en œuvre et animer la politique marketing et communication en cohérence avec la stratégie générale de la structure

Principales activités

Définition de la stratégie marketing / communication :

- Fixer les orientations stratégiques marketing / communication
- Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'entreprise
- Elaborer la stratégie événementielle et de relations publiques
- Elaborer le plan marketing-mix
- Planifier et élaborer le budget annuel de la direction
- Décider du recours à des prestataires

Pilotage et coordination des plans de communication :

- Valider les déclinaisons du plan de communication
- Veiller à la cohérence de l'image de l'entreprise sur l'ensemble des déclinaisons de la communication, des supports print et web ou des événements
- Rechercher des moyens, réseaux, ou actions permettant d'assurer la visibilité de la structure auprès de son environnement (exemple : recherche de partenariats locaux ou régionaux)
- Piloter les agences de communication dans le cadre d'événements
- Analyser les retombées des actions de communication auprès de la cible
- Réadapter la stratégie de communication en fonction des conclusions de ses analyses
- Réaliser une veille des actions marketing/communication des concurrents

Pilotage et coordination des plans marketing :

- Valider les déclinaisons du plan marketing
- Superviser le développement et le lancement de nouveaux produits
- Superviser les actions promotionnelles
- Analyser les retombées des actions marketing
- Réadapter la stratégie marketing en fonction des conclusions de ses analyses

Management de ses collaborateurs :

- Définir le besoin et recruter ses collaborateurs
- Définir les missions et les objectifs de ses collaborateurs
- Encadrer, coordonner et animer ses collaborateurs
- Evaluer les compétences de ses collaborateurs et assurer leurs entretiens annuels

Principales compétences métiers

Compétences techniques

Positionner l'entreprise dans son environnement (secteur, besoins des visiteurs et concurrence)
Maîtriser les lignes directrices de la stratégie d'entreprise
Maîtriser les fondements liés aux stratégies de communication et marketing
Initier et/ou piloter le lancement d'un produit / d'une nouvelle offre (innovation)

Compétences transverses

Créer le contact et nouer des relations
Organiser, encadrer et animer le travail en équipe

Niveau de formation

Bac + 5 spécialisé en communication / marketing

Expérience

10 années d'expériences professionnelles souhaitées dans le domaine d'activités

Code(s) ROME : **M1705**