# M1620
# ASSISTANT / ASSISTANTE MARKETING

## Autres emplois décrits

- Adjoint / Adjointe à la direction marketing
- Adjoint / Adjointe à la direction mercatique
- Assistant / Assistante à la direction marketing
- Assistant / Assistante à la direction mercatique
- Assistant en télémarketing / Assistante en télémarketing
- Gestionnaire de planning e-mailing

## Définition

L'assistant marketing accompagne le responsable ou l'équipe marketing dans la mise en œuvre de la stratégie commerciale et de communication d'une entreprise.

- Analyse le marché et la concurrence afin d'identifier les opportunités et les tendances
- Participe à la mise en place des campagnes de communication (digitales et traditionnelles)
- Coordonne la création des supports marketing (brochures, newsletters, contenus web, réseaux sociaux)
- Suit et évalue les performances des actions marketing à l'aide d'indicateurs clés
- Gère la base de données clients et met à jour les outils de suivi (CRM, tableaux de bord)
- Assiste l'équipe commerciale dans la préparation d'opérations promotionnelles et d'événements

## Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac+2 à Bac+3 en marketing, commerce ou communication.
Un niveau Bac+5 (master en marketing ou école de commerce) peut être apprécié pour évoluer plus rapidement vers des postes à responsabilités.

# Compétences

## Savoir-faire

### Savoir-faire principaux

#### Développement économique

- Analyser les tendances de consommation des clients
- Développer l'image et la notoriété de la structure
- Mener une campagne d'e-mailing
- Réaliser une étude marketing
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires
- Définir une stratégie de développement d'une activité ou de produits
- Mesurer le retour sur investissement d'une action marketing
- Participer à la définition d'une stratégie de développement de produits
- Concevoir et gérer un projet
- Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web — Transition numérique

#### Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer le suivi des chiffres de vente et réaliser le reporting associé

### Savoir-faire secondaires

#### Développement économique

- Elaborer une stratégie de marketing digital — Transition numérique
- Participer aux phases créatives d'un projet marketing
- Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs
- Elaborer un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Planifier des campagnes marketing intégrées
- Analyser les performances de l'équipe et proposer des améliorations

#### Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Concevoir des supports de communication et d'image — Transition numérique

#### Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Utiliser les outils numériques — Transition numérique

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

### Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la gestion administrative d'une activité

## Savoir-être professionnels

- Faire preuve de sens des responsabilités
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de rigueur et de précision
- Avoir l'esprit d'équipe

## Savoirs

### Domaines d'expertise

- Insights marketing
- Webmarketing — Transition numérique
- Utilisation d'outils Business Intelligence (BI) - Informatique décisionnelle — Transition numérique
- Outils de web analyse - web analytics — Transition numérique
- Search Engine Marketing (SEM) — Transition numérique
- Analyse des besoins des clients
- Gestion de campagnes publicitaires
- Planification de campagnes publicitaires
- Gestion des budgets marketing
- Analyse concurrentielle
- Gestion de la relation client (CRM) — Transition numérique

### Normes et procédés

- Développement de stratégies de fidélisation de la clientèle
- Marketing des réseaux sociaux
- Marketing mobile

### Techniques professionnelles

- Techniques d'analyse de marché
- Techniques de prospection, négociation, vente

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

# Contextes de travail

## Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public

## Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

## Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

## Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels

# Secteurs d'activité

- Communication et marketing

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail