M1705
RESPONSABLE MARKETING

Emploi cadre

Autres emplois décrits

- Chargé / Chargée d'affaires marketing
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats e-commerce
- Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats web
- Chargé / Chargée de la marque employeur
- Chargé / Chargée de mission marketing
- Chargé / Chargée de projet marketing
- Consultant / Consultante marketing
- Fundraiser - Collecteur / Collectrice de fonds
- Responsable affiliation et partenariats e-commerce
- Responsable affiliation et partenariats web

Définition

Le responsable marketing est le professionnel chargé de concevoir, piloter et mettre en œuvre la stratégie marketing d'une entreprise, d'une marque ou d'un produit, afin de développer sa notoriété, d'attirer et fidéliser les clients, et de contribuer à la croissance du chiffre d'affaires.

- Analyse les marchés, les comportements consommateurs et la concurrence
- Définit la stratégie marketing et les plans d'actions associés
- Participe au développement et à l'évolution des produits et services
- Pilote les actions marketing et de communication dans le respect des objectifs fixés
- Gère le budget marketing et assure le suivi de la rentabilité
- Coordonne les équipes internes et les partenaires externes
- Mesure l'efficacité des actions marketing et propose des axes d'amélioration

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac+5 en école de commerce ou dans le domaine du marketing.
La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, peut être requise.

Certifications et diplômes :

- Manager commercial et marketing
- Diplôme en marketing
- Manager produits et marketing
- Master mention commerce et distribution
- Master mention marketing, vente

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Elaborer un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Participer aux phases créatives d'un projet marketing
- Elaborer une stratégie de marketing digital — Transition numérique
- Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles
- Définir une stratégie de développement d'une activité ou de produits
- Mesurer le retour sur investissement d'une action marketing
- Développer des stratégies de marketing digital — Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Elaborer, suivre et piloter un budget
- Réaliser des opérations comptables
- Assurer la gestion administrative et financière d'une activité

Management, Social, Soin

- Animer, coordonner une équipe
- Concevoir et piloter une politique de gestion des ressources humaines

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

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les tendances de consommation des clients
- Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs
- Développer l'image et la notoriété de la structure
- Réaliser une étude marketing
- Mener une campagne d'e-mailing
- Concevoir et gérer un projet
- Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance
- Participer à la définition d'une stratégie de développement de produits
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web Transition numérique
- Qualifier le potentiel des grands donateurs
- Définir les cibles grands donateurs
- Assister les collaborateurs au niveau commercial ou technique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Rédiger un rapport, un compte rendu d'activité
- Définir la stratégie financière d'une structure

Management, Social, Soin

- Gérer les ressources humaines

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Etre force de proposition
- Faire preuve de créativité, d'inventivité

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

Savoirs

Domaines d'expertise

- Approvisionnement en ligne / E achat — Transition numérique
- Insights marketing
- Merchandising / Marchandisage
- 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
- Econométrie
- Analyse des besoins des clients
- Analyse de données expérimentales

Normes et procédés

- Marketing des réseaux sociaux
- Marketing mobile
- Stratégies de vente en ligne
- Développement de stratégies de fidélisation de la clientèle
- Droit commercial
- Législation sociale
- Réglementation du commerce électronique

Techniques professionnelles

- Techniques de planification

Produits, outils et matières

- Utilisation d'outils de planification — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels

Horaires et durée du travail

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

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

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