M1711
DIRECTEUR / DIRECTRICE DU MARKETING

Emploi cadre

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe de groupe marketing
- Chef / Cheffe de groupe mercatique
- Directeur / Directrice de la mercatique
- Directeur / Directrice marketing produits
- Responsable de département marketing
- Responsable du marketing
- Responsable mercaticien / Responsable mercaticienne

Définition

Le Directeur du marketing orchestre la stratégie marketing de l'entreprise pour en maximiser la visibilité et les ventes.

- Définit et met en œuvre la stratégie marketing globale de l'entreprise
- Analyse les tendances du marché pour ajuster les stratégies en conséquence
- Collabore avec les autres départements pour assurer la cohérence des campagnes marketing
- Supervise la création de contenu marketing et la gestion des campagnes publicitaires
- Optimise le retour sur investissement des actions marketing
- Assure la veille concurrentielle et technologique pour rester à la pointe du secteur

Accès à l'emploi

Cet emploi est principalement accessible avec un Master en Marketing. Les formations de niveau Bac+5 dans les domaines du Marketing et de la Communication sont courantes pour cet emploi.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international (programme grande école)
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Mastère spécialisé direction marketing et digital
- Mastère spécialisé manager marketing et communication
- Mastère spécialisé études et décision marketing
- MSc marketing
- Diplôme supérieur en marketing et communication
- Mastère spécialisé manager marketing, data et commerce électronique
- Mastère spécialisé marketing et data analytics

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Analyser les tendances de consommation des clients
- Développer l'image et la notoriété de la structure
- Elaborer un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Réaliser une étude marketing
- Définir une stratégie de développement d'une activité ou de produits
- Evaluer l'impact des politiques de prix sur les ventes

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs
- Concevoir des stratégies de fidélisation de la clientèle
- Elaborer une stratégie de marketing digital — Transition numérique
- Participer aux phases créatives d'un projet marketing
- Collaborer avec d'autres départements pour une approche marketing unifiée
- Superviser la production de matériel promotionnel
- Piloter des études marketing et de marché
- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Développer des tableaux de bord pour suivre les indicateurs de performance (KPI)
- Mesurer le retour sur investissement d'une action marketing
- Mettre en place des partenariats stratégiques
- Assurer le suivi des dossiers clients

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier avec les fournisseurs de services

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Gérer les crises de réputation en ligne

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

Management, Social, Soin

- Evaluer des compétences et détecter des potentiels
- Tenir compte des compétences des collaborateurs dans la répartition des tâches
- Coordonner les équipes de création et de production

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Exploiter les résultats d'enquête et études de marché

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de créativité, d'inventivité
- Inspirer, donner du sens
- Etre force de proposition
- Faire preuve de leadership

Savoirs

Domaines d'expertise

- **Adaptation culturelle des campagnes**
- Analyse comportementale
- Utilisation d'outils Business Intelligence (BI) - Informatique décisionnelle — Transition numérique
- Gestion de campagnes publicitaires
- **Gestion des budgets marketing**
- Techniques de négociation avancées
- Search Engine Marketing (SEM) — Transition numérique
- Webmarketing — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- 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

Publics spécifiques

- Clientèle d'affaires
- Clientèle d'entreprises

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

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