RIASEC : Ei

M1718
CHARGÉ / CHARGÉE DE MARKETING DIGITAL

Emploi cadre

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Chargé / Chargée d'acquisition online
- Chargé / Chargée marketing digital
- Chef / Cheffe de projet marketing digital
- Consultant / Consultante marketing digital
- Mobile marketer
- Web marketer

Définition

Le Chargé de marketing digital met en œuvre des stratégies marketing en ligne, pour accroître la visibilité et l'engagement autour d'un produit, d'une marque ou d'une entreprise sur divers canaux numériques

- Conçoit et met en œuvre des opérations de marketing digital pour optimiser la visibilité et l'engagement en ligne
- Analyse les performances des campagnes digitales et propose des améliorations basées sur les données récoltées
- Collabore avec les équipes de contenu, de design et de développement pour créer des campagnes cohérentes et efficaces
- Gère les budgets de marketing digital et optimise les dépenses pour maximiser le retour sur investissement
- Reste à jour avec les dernières tendances du marketing digital et les technologies émergentes

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac+2 à Bac+5 dans les domaines du marketing, de la communication digitale ou de la commercialisation.

Certifications et diplômes :

- DUT techniques de commercialisation
- BUT spécialité techniques de commercialisation parcours marketing et management du point de vente
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- BUT spécialité techniques de commercialisation parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat
- Manager marketing digital (MS)

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Mettre en oeuvre un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Rechercher et analyser des informations sur un produit, une marque (situation, marché, publicités précédentes, ...)
- Analyser les tendances du marché digital — Transition numérique
- Analyser les tendances de consommation des clients
- Participer aux phases créatives d'un projet marketing
- Suivre une audience Web — Transition numérique
- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Mesurer le retour sur investissement d'une action marketing
- Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web — Transition numérique

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser les besoins des utilisateurs pour la création de contenus multimédias — Transition numérique
- Concevoir des supports de communication et d'image — Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Effectuer un reporting régulier à la hiérarchie

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier avec des fournisseurs de services digitaux — Transition numérique

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

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Réaliser une étude marketing
- Développer l'image et la notoriété de la structure
- Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs
- Travailler avec les équipes créatives pour la mise en place des campagnes
- Planifier des campagnes marketing intégrées
- Optimiser le contenu pour les plateformes numériques — Transition numérique
- Intégrer des technologies interactives pour les usagers ou clients — Transition numérique
- Mettre en place des partenariats stratégiques
- Développer des stratégies de marketing digital — Transition numérique

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Concevoir des visuels pour des campagnes publicitaires — Transition numérique
- Optimiser la visibilité des publications sur les réseaux sociaux — Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier
- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément
- Valoriser ses compétences, son parcours, son expertise

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la gestion administrative d'une activité

Savoir-être professionnels

- Etre force de proposition
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de créativité, d'inventivité

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse comportementale
- Optimisation des moteurs de recherche (SEO) — Transition numérique
- Webmarketing — Transition numérique
- Insights marketing
- Merchandising / Marchandisage
- Techniques de rédaction web — Transition numérique

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

Techniques professionnelles

- Veille concurrentielle sur le marché digital — Transition numérique
- Techniques de ciblage d'audience — Transition numérique

Normes et procédés

- Marketing des réseaux sociaux
- Stratégies de vente en ligne
- Marketing mobile
- Optimisation SEO pour le multimédia — Transition numérique
- Droit commercial
- Réglementation du commerce électronique

Produits, outils et matières

- Utilisation d'outils de planification — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail en horaires décalés
- 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 de médias
- Entreprises et milieux professionnels

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

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

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