



Responsable Marketing et Communication digitale

Relayer la stratégie marketing sur les principaux supports digitaux.



©Aurelia Blanc / CCI Paris IDF

VOUS FORMER

Vous accompagnerez les différents projets numériques en lien avec la stratégie d'entreprise sur tous les supports digitaux (web, tablette, mobile) grâce aux différents leviers e-marketing – display, référencement, réseaux sociaux, e-mailing...

Au quotidien, vous mettez en place une véritable stratégie digitale sur différents supports choisis en collaboration avec votre équipe pour que l'identité de la marque soit correctement et fortement représentée sur le web.

Vous êtes en charge de gérer le budget annuel webmarketing que vous faites valider par la direction en amont.

Si vous êtes amené(e) à externaliser certaines opérations, à travailler avec une agence pour établir un projet digital bien précis, vous avez le rôle de « chef(fe) d'orchestre » dans la réalisation du projet. Vous trouvez l'agence et vous la briefez.

Vous pilotez et vous encadrez le projet avec tous les acteurs concernés – agence, équipes commerciales, équipes marketing...

Vous mesurez l'efficacité de vos stratégies et de vos leviers marketing en cours. Vous identifiez ce qui se pratique chez vos concurrents. Vous réalisez des ajustements si nécessaires.

Vous avez des objectifs quantitatifs et qualitatifs – augmenter la visibilité de l'entreprise, le trafic et les ventes online. Vous le faites par le biais de techniques comme le référencement naturel, l'achat de mots clefs, le développement de partenariat ou de bandeaux publicitaires.

Vous êtes rivé(e) en permanence sur l'évolution des tendances et des technologies auxquelles vous devez sans cesse vous adapter.

Vous développez et vous animez les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn – les incontournables pour toute entreprise souhaitant avoir une vraie vitrine sur le web.

Avec de l'expérience, vous pourrez évoluer vers un poste de directeur(trice) marketing.

QUALITÉS REQUISES

Vous êtes un(e) bon(ne) « community manager » en charge de promouvoir l'entreprise sur les réseaux sociaux. Vous avez un bon relationnel pour dialoguer avec une multitude d'interlocuteurs.

Réactif(ve), vous devez être capable de sortir des sentiers battus, et de cultiver votre propre créativité. Fourmillant d'idées, vous êtes force de proposition pour votre équipe webmarketing.





LES ÉCOLES QUI VOUS FORMENT

Sup^{de}Vente[®]
Le sens des affaires

