

Directeur marketing omnicanal (H/F)

Autres appellations

Digital brand manager (H/F), Directeur des marques en ligne (H/F), Directeur marketing digital (H/F),

Famille de métiers

Marketing omnicanal et Communication

Code ROME : M1705

Description

Le directeur marketing omnicanal (H/F) définit et assure la stratégie marketing sur tous les canaux de communication afin d'assurer la meilleure expérience shopping et mettre fin aux frontières entre offline et online.

Missions principales

- ✓ Déployer et mettre en œuvre des fonctions opérationnelles.
- ✓ Manager des équipes.
- ✓ Identifier les enjeux marketing client et omnicanalité.

Activités et compétences

✓ Construire et piloter la mise en œuvre du plan marketing stratégique

Communiquer sur la marque via des campagnes de communication multicanales en veillant à rester en cohérence avec la stratégie média globale du groupe

Coordonner l'implantation de la stratégie de marque on et off-line dans les campagnes publicitaires

Définir des opérations promotionnelles (packs, mailings, jeux-concours, ...) et le développement de mini-sites événementiels ad hoc

Développer des partenariats (médias, annonceurs, distributeurs, ...) permettant d'accroître les ventes ou la notoriété de la marque

Développer une politique « d'expérience clients » différenciante (marketing expérientiel) pour les clients sur Internet

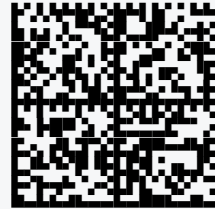
Élaborer les plans de lancement et suivre le développement de nouveaux produits en étant l'interface et le coordinateur des services concernés

Initier et piloter la réalisation d'éléments créatifs : design, packagings, PLV, en lien avec une agence ou un service de création interne

Négocier et coordonner les actions de marketing opérationnel auprès des partenaires et clients

Soutenir et animer le réseau de vente et de distribution des produits

Pour consulter la fiche métier en ligne, scannez le code ou suivez le lien ci-dessous :



<https://www.perspectivescommerce.com/metier/fiche/91>

Travailler sur l'identité visuelle et graphique des marques et notamment les logos on et off-line et optimiser la communication sur la marque

▼ Construire et piloter le budget

- Gérer les budgets sur l'ensemble des éléments du mix marketing
- Optimiser la rentabilité de la marque (prix de revient, marge brute, compte de résultats)
- Suivre le chiffre d'affaires par segment

▼ Définir et assurer le suivi des indicateurs de performance de la politique marketing

- Assurer le bon positionnement et la cohérence des marques de l'entreprise
- Définir et prioriser la conception et le lancement des nouveaux produits de la marque en relation avec les équipes R&D
- Définir la stratégie digitale de la marque et la décliner en objectifs
- Élaborer des stratégies d'e-influence et d'e-réputation (avec le social media manager) et les décliner en objectifs
- Élaborer des stratégies mix par ligne de produits, des budgets et des prévisions de vente associés et les décliner en objectifs
- Être garant de la réalisation des objectifs de vente fixés
- Garantir la cohérence de la marque : gamme, segmentation, packaging, communication, ...
- Identifier la stratégie de développement de la marque pour les années à venir en prenant en compte les différents cycles de vie des produits
- Suivre et évaluer les résultats

▼ Définir la stratégie de développement omnicanal de la marque, de l'enseigne

- Assurer le bon positionnement et la cohérence des marques de l'entreprise
- Définir et prioriser la conception et le lancement des nouveaux produits de la marque en relation avec les équipes R&D
- Définir la stratégie digitale de la marque
- Élaborer des stratégies d'e-influence et d'e-réputation (avec le social media manager)
- Élaborer des stratégies mix par ligne de produits, des budgets et des prévisions de vente associés
- Garantir la cohérence de la marque : gamme, segmentation, packaging, communication, ...
- Identifier la stratégie de développement de la marque pour les années à venir en prenant en compte les différents cycles de vie des produits

▼ Garantir le développement des compétences des équipes

- Concevoir un plan d'action adapté pour assurer le développement des compétences des équipes (formation, coaching...)
- Former, coacher et accompagner les équipes
- Identifier les potentiels et les besoins en compétences des équipes
- Procéder aux entretiens et aux évaluations des équipes
- Procéder aux recrutements des nouveaux collaborateurs

▼ Manager et gérer les équipes

- Animer les réunions, organiser et planifier les interventions d'une équipe
- Anticiper et gérer les conflits
- Assurer le recrutement et le développement des compétences des collaborateurs
- Dimensionner les projets et définir les choix techniques et méthodologiques des interventions
- Gérer un budget et évaluer le coût des interventions



Vous souhaitez en savoir plus sur ce métier ?

Statistiques, offres d'emploi, témoignage... Rendez-vous sur [perspectives commerce](https://www.perspectivescommerce.com) !

Données emploi : <https://www.perspectivescommerce.com/metier/fiche/91/donnees>

Formations et débouchés : <https://www.perspectivescommerce.com/metier/fiche/91/formations>

Offres d'emploi : <https://www.perspectivescommerce.com/metier/fiche/91/offres>