



Branche
Industries pétrolières

Famille
Commercial

Sous-famille
Marketing

DESCRIPTION

Elaborer et superviser des campagnes publicitaires destinées à la communication de l'entreprise et/ou à la valorisation de ses produits, en prenant en compte les évolutions liées à la transition environnementale.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- Définition des grands axes de communication des produits en tenant compte des caractéristiques produits (nature, circuits de distribution, clientèle, concurrence.) en coordination avec la Direction Commerciale et Marketing (planning stratégique)
- Définition de la politique de communication en ligne et gestion de l'e-réputation de l'entreprise
- Suivi, contrôle et reporting des travaux, réalisations, résultats, budgets, planning, dans son domaine d'activité
- Participation en amont au point des créatifs produits pour le lancement des campagnes
- Définition des cibles visées par la campagne, des thèmes publicitaires et de la teneur des messages
- Négociation en amont des budgets publicitaires conformément au plan média
- Prise en charge du suivi des campagnes auprès des agences et des médias
- Coordination des services internes et externes qui interviennent sur les plans techniques et créatifs dans l'élaboration des campagnes
- Coordination des actions du hors média (offres promotionnelles, packaging, publicité sur lieux de ventes)
- Veille et analyse des marchés, des tendances et de l'environnement concurrentiel

SAVOIR-FAIRE

Formation / Expérience professionnelle nécessaire

Ecoles de Commerce ou Ecoles d'Ingénieurs ou filières universitaires spécialisées / Master spécialisé (BAC+5) ou BTS/DUT spécialisé / Expérience dans le domaine commercial et/ou publicitaire

Condition(s) particulière(s) d'exercice

Maîtriser la langue anglaise est indispensable et maîtriser d'autres langues étrangères est souhaité

- Définir et adapter un plan d'action en fonction des priorités, répartir le travail et allouer les ressources au sein d'une ou plusieurs équipes
- Elaborer et mettre en place un plan média, en prenant en compte les évolutions liées à la transition environnementale
- Analyser et interpréter les observations et données quantitatives et qualitatives concernant les produits et leurs ventes, les espaces de ventes (boutiques, linéaires, etc.), les comportements et les habitudes d'achat des clients
- Développer la visibilité et la présence du produit ou de la marque sur les médias sociaux
- Négocier et conclure des accords publicitaires en prenant toutes les garanties techniques, économiques et juridiques, dans un environnement national et/ou international
- Mesurer l'impact (rentabilité, satisfaction clientèle...) des solutions retenues et apporter d'éventuelles mesures correctives
- Développer un réseau relationnel et professionnel
- Utiliser les méthodes et outils de recherche et d'analyse de données quantitatives et /ou qualitatives
- Echanger avec des partenaires multiples en utilisant des plateformes collaboratives pour identifier des innovations potentielles
- Communiquer avec différents interlocuteurs, dans le cadre d'un travail en équipe pluridisciplinaire en mode projet, en prenant en compte leurs demandes et les informations qu'ils apportent

LES MÉTIERS ACCESSIBLES

- Chargé(e) d'études marketing
- Responsable Marketing