- Industries pétrolières

Responsable Marketing

Description

Définir et diriger les analyses et études des marchés. Proposer et mettre en œuvre des stratégies relatives aux différents types de produits et de services (nouveaux, existants, à repositionner), en prenant en compte les évolutions liées à la transition environnementale

Environnement, Tendances & Expériences

Environnement et conditions de travail

Déclinaison de la stratégie commerciale en plans marketing tenant compte des adaptations locales Définition de la politique de communication en ligne et gestion de l'e-réputation de l'entreprise Supervision et coordination de la réalisation du plan marketing Analyse du portefeuille produits et des différents marchés Contribution à la définition et à la mise en œuvre du positionnement de l'entreprise sur son marché et sur les nouveaux marchés multi énergies et recyclage Etudes de la faisabilité des innovations produit en relation avec ECR et fabrication Pilotage des études de marchés/produits Etude des différentes lignes de produits Comparaison des résultats et de la rentabilité des produits en regard des objectifs Suivi et contrôle des travaux et des réalisations de marketing Encadrement, coordination, suivi et développement d'une ou plusieurs équipes Veille et analyse des marchés, des tendances et de l'environnement concurrentiel

Expériences

Ecoles de commerce ou formation supérieure commerciale & technique

Savoir faire

FAMILLE DE MÉTIER

Commercial

CODE ROME

M1705 - Marketing E1103 - Communication E1401 - Développement et promotion publicitaire E1402 - Élaboration de plan média M1403 - Études et prospectives socio-économiques M1703 - Management et gestion de produit M1707 - Stratégie commerciale

- M1705 - Marketing
- E1103 - Communication
- E1401 - Développement et promotion publicitaire
- E1402 - Élaboration de plan média
- M1403 - Études et prospectives socio-économiques
- M1703 - Management et gestion de produit
- M1707 - Stratégie commerciale

Stratégie Marketing

ANALYSE DE MARCHÉ

- Analyser les tendances du marché
- Évaluer la concurrence
- Définir les stratégies marketing

GESTION DE PRODUITS

- Développer des plans marketing
- Superviser les campagnes publicitaires
- Suivre les performances des produits