

## Description

La cheffe ou le chef de marketing préparent le terrain à la commercialisation d'un produit ou d'un service. Elles et ils analysent leur branche d'activité, évaluent le potentiel des clients actuels et futurs, conçoivent et mettent en œuvre des stratégies pour orienter les activités d'une entreprise en fonction des tendances du marché et des désirs des consommateurs.

Leurs principales activités consistent à :

### Etudes de marché

- constituer une base de données d'informations sur les consommateurs potentiels; classer les clients en différentes catégories en fonction de l'âge, du sexe, du milieu socio-culturel, de la capacité financière, etc.
- identifier le comportement des consommateurs à partir d'enquêtes sur les intentions d'achats, d'études ou de sondages d'opinion faits par des instituts spécialisés, et d'informations fournies par les vendeurs
- analyser la demande des clients à l'aide d'outils statistiques, d'aide à la décision et de logiciels spécialisés, en tenant compte des prix, des cycles saisonniers ou événementiels (fêtes, manifestations sportives ou culturelles, etc.), et d'autres facteurs
- s'informer sur la concurrence à travers les articles de presse, les banques de données spécialisées, les campagnes de marketing, les tests de produits, les émissions radio ou TV, etc.
- utiliser les connaissances en économie, en droit et en statistiques pour observer, analyser et choisir les marchés (canaux de distribution, clientèle-cible, etc.)

### Réalisation de projets

- établir un cahier des charges proposant un schéma d'études selon le type de produit à lancer et selon le genre d'informations à collecter
- calculer les coûts et les prix, établir le budget, superviser l'élaboration et la réalisation des concepts de marketing, faire respecter les délais
- choisir les médias les plus appropriés (TV, radio, réseaux sociaux, presse, Internet, etc.) pour lancer une campagne de communication marketing, en évaluer les effets
- s'adresser à une catégorie particulière de consommateurs, par courrier postal ou messagerie électronique, pour les informer, les convaincre et les fidéliser
- mettre en place un système de logistique (personnel, transports, équipements nécessaires à la réalisation des objectifs) et un suivi commercial qui contribuent au développement des contacts et à l'élargissement de la prospection
- mesurer l'efficacité et la rentabilité d'une campagne marketing: taux de réponses à une enquête, volume des commandes ou des ventes, articles de presse, etc.

### Environnement de travail

Les chefs de marketing sont des cadres supérieurs qui forment une équipe dirigeante avec les chefs de vente et les spécialistes en marketing. Leurs horaires de travail sont réguliers bien que chargés par moments, notamment lors du lancement d'une campagne importante.

## Formation

La formation de cheffe ou de chef de marketing est modulaire et s'acquiert en emploi.

### Lieux

- divers lieux en Suisse romande.

Pour plus de détails, consulter [orientation.ch/ecoles](http://orientation.ch/ecoles).

### Durée

- 1,5 à 2 ans.

### Conditions d'admission à l'examen

- Brevet fédéral dans le domaine du marketing, diplôme fédéral, diplôme d'une école professionnelle supérieure ou titre HES ou universitaire et 3 ans de pratique professionnelle dans une fonction dirigeante dans le marketing
- Ou certificat fédéral de capacité (CFC), maturité gymnasiale, professionnelle ou spécialisée, certificat de culture générale ou diplôme de commerce et 6 ans de pratique professionnelle dans le marketing dont 3 au moins dans une fonction dirigeante

### Titre obtenu

- diplôme fédéral de cheffe ou de chef de marketing

### Contenu (matières d'examen)

- Marketing: bases et stratégie
- Direction et organisation
- Finances et comptabilité
- Droit et économie politique
- Management stratégique
- Marketing stratégique
- Marketing opérationnel
- Etudes de marché et gestion de l'information

## Qualités requises

L'exercice de cette profession fait appel à des qualités comme:

- Aptitude à diriger et gérer une équipe
- Capacité d'analyse
- Aptitude à négocier
- Facilité de rédaction
- Facilité pour les langues
- Esprit de synthèse
- Disponibilité
- Sens commercial

## Perspectives professionnelles

Les chefs de marketing occupent une position de cadre. Dans les petites et moyennes entreprises, elles et ils collaborent au sein d'un département qui peut regrouper les activités de marketing, vente et publicité. Ces professionnels peuvent également être engagés par des bureaux indépendants qui offrent aux entreprises des études ponctuelles, des conseils, voire la réalisation complète d'une action commerciale.

Dans le cadre de leur évolution professionnelle, les chefs de marketing ont la possibilité de devenir directeurs de marketing, chefs d'entreprise, consultants indépendants, etc.

### Perfectionnement

Les chefs de marketing peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue portant sur des aspects liés à la communication, l'économie, la publicité, la rédaction, proposés par les organisations du monde du travail et différentes institutions de formation publiques ou privées
- Certificate ou Diploma of Advanced Studies (CAS ou DAS) en Marketing Management
- etc.

Pour plus de détails, consulter [orientation.ch/perfectionnement](http://orientation.ch/perfectionnement) et [orientation.ch/postgrades](http://orientation.ch/postgrades).

## Professions voisines

- Attaché de presse/Attachée de presse
- Chef de vente DF/Cheffe de vente DF
- Spécialiste en marketing BF/Spécialiste en marketing BF

## Adresses

KAIROS Academy  
Pra Pury 19  
3280 Morat  
Tél.: +41 32 558 30 55  
<https://kairos-academy.ch/fr/>

Swiss Marketing  
Nansenstrasse 5  
8050 Zurich 50  
Tél.: +41 44 914 44 44  
<https://www.swissmarketing.ch>