

Description

Le ou la marketing manager assument des tâches de direction de projets marketing. Ils définissent des stratégies et planifient leur mise en œuvre afin d'orienter les activités d'une entreprise en fonction des tendances du marché et des besoins des consommateurs. Ces professionnels dirigent des équipes et mènent des négociations avec les partenaires commerciaux ainsi que d'autres spécialistes, comme les chefs de vente.

Leurs principales activités consistent à:

Analyse

- réaliser des études de marché, détecter les tendances et les analyser;
- développer et évaluer des indicateurs et des chiffres clés afin de suivre les réactions du public et l'évolution des ventes: nombre de commandes, durée des visites sur un site internet, nombre de nouveaux abonnés, etc.;
- vérifier si les produits de l'entreprise répondent aux attentes du marché et des consommateurs, par exemple en analysant leur cycle de vie;
- établir un budget pour les différentes campagnes marketing;
- analyser les processus de production, d'approvisionnement et de logistique, élaborer des propositions d'optimisation;

Marketing

- définir des stratégies de marketing sur la base des différentes analyses menées;
- choisir les médias les plus appropriés pour lancer une campagne marketing: TV, radio, presse, site Internet, réseaux sociaux, etc.;
- ;
- élaborer et mettre en œuvre des concepts de marketing en collaboration avec la direction des ventes;
- superviser la réalisation des concepts de marketing, prendre des mesures en cas d'écart par rapport aux objectifs fixés;
- 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.;

Gestion et communication

- diriger une équipe et encadrer les collaborateurs;
- justifier les investissements auprès de la direction;
- renseigner les professionnels des médias et des relations publiques concernant les questions juridiques liées au marketing: droit d'auteur, du design, des médias, etc.;
- mener des négociations avec d'autres professionnels de l'entreprise (distribution, gestion des ventes, relations publiques, etc.) et des partenaires commerciaux.

Environnement de travail

Les marketing managers occupent des postes de cadres dans les départements de marketing de grandes ou moyennes entreprises. Ils travaillent en équipe, dirigent des collaborateurs et ont de nombreux contacts avec leurs partenaires commerciaux, avec qui ils communiquent en anglais ou dans d'autres langues étrangères. Ils collaborent aussi régulièrement avec les professionnels de la distribution, de la gestion des ventes, des médias ou des relations publiques. Leurs horaires de travail sont généralement réguliers, mais peuvent parfois être chargés pour respecter les délais.

Formation

La formation de marketing manager s'acquiert par des études dans une école supérieure.

Lieux

- divers lieux en Suisse.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/ecoles.

Durée

- 2 à 3 ans en emploi (selon l'école).

Remarque: la formation peut être raccourcie d'une année pour les titulaires d'un brevet fédéral de spécialiste en marketing ou de spécialiste de vente.

Conditions d'admission

- certificat fédéral de capacité (CFC) d'employé-e de commerce, de gestionnaire du commerce de détail ou de médiamaticien-ne;

De plus, pour tous les titres mentionnés:

- activité professionnelle à un taux d'au moins 70% dans un domaine proche du marketing ou de la vente;
- ou activité professionnelle à un taux d'au moins 50% et minimum 2 ans d'expérience à un taux d'au moins 80%.

Remarque: admission sur dossier possible pour les personnes titulaires d'un autre CFC, d'une maturité professionnelle, spécialisée ou gymnasiale ou d'un diplôme d'une école de culture générale qui ont au moins 2 ans d'expérience professionnelle à un taux de 80% dans le domaine du marketing ou de la vente.

Titre obtenu

- diplôme de marketing manager ES.

Contenu (à titre indicatif)

- marketing;
- gestion de la relation client (GRC), vente;
- communication;
- modèles d'affaires et de développement;
- ressources humaines (RH), organisation et direction;
- comptabilité et financement;
- gestion de l'innovation et des projets;
- qualité, sécurité et environnement (GRC);
- gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM);
- collecte et analyse de données;
- compétences linguistiques, anglais B2;
- droit et conformité;
- économie politique.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/ecoles.

Qualités requises

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

- Sens commercial
- Capacité d'analyse
- Aptitude à travailler en équipe
- Aptitude à négocier
- Facilité de rédaction
- Sens de la communication
- Facilité pour les langues

Perspectives professionnelles

Les marketing managers sont des cadres très demandés sur le marché du travail et ont donc de bonnes perspectives de carrière. Dans les petites et moyennes entreprises, ils collaborent au sein d'un département qui peut regrouper les activités de marketing, vente et publicité. Ils 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 marketing managers ont la possibilité de devenir directeurs de marketing, chefs d'entreprise, consultants indépendants, etc.

Perfectionnement

Les marketing managers peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours, visites ou rencontres proposés par les organisations du monde du travail;
- diplôme fédéral de chef-fe de marketing DF;
- Bachelor of science HES en économie d'entreprise ou en Business Communication;
- Certificate of Advanced Studies (CAS) en gestion d'entreprise;
- Master of Advanced Studies (MAS) en Marketing Management, en Business Communications ou en Marketing et Business Development;
- etc.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/perfectionnement et www.orientation.ch/postgrades.

Professions voisines

- Chef de marketing DF/Cheffe de marketing DF
- Chef de vente DF/Cheffe de vente DF
- Économiste d'entreprise ES/Économiste d'entreprise ES
- Spécialiste de vente BF/Spécialiste de vente BF
- Spécialiste en marketing BF/Spécialiste en marketing BF

Adresses

hfmk.ch
Verband der eidg. anerkannten Höheren
Fachschulen für Marketing und Kommunikation
8004 Zurich
<https://www.hfmk.ch/>

Swiss Marketing
Langwiesstrasse 30
8050 Zurich 50
Tél.: 044 914 44 44
<https://www.swissmarketing.ch/fr>