



Mise à jour : 28.06.2022

Chef(fe) de projet marketing digital

NIVEAU D'EXPÉRIENCE

2 à 5 ans

SOUS-FAMILLE

Marketing

CODE-ROME

M1705 : Marketing

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

AUTRES APPELLATIONS

Digital Project Manager , Chef(fe) de projet Digital

CODE PCS

374b

Présentation

Le/la chef(fe) de projet marketing digital met en œuvre la stratégie digitale d'une entreprise à travers la conduite des projets qui lui sont affectés. Il/elle peut intervenir sur la stratégie de communication de son entreprise (web, internet, multimédia, réseaux sociaux...). Il/elle intègre les usages du web dans la stratégie de relations publics d'une marque ou d'une entreprise.

Les activités

CE QU'IL FAIT AU QUOTIDIEN

- Animation de la gestion de la relation client au travers d'outil de type CRM
- Animation des campagnes de communication digitale à travers différents médias
- Compréhension des nouveaux parcours d'achat en ligne de ses clients
- Coordination des intervenants techniques et marketing dans la réalisation des projets digitaux
- Exploitation des données clients en ligne
- Identification et analyse des caractéristiques du marché et le positionnement relatif du produit par rapport à la concurrence
- Maîtrise de l'e-réputation de l'entreprise
- Mesure des résultats, évaluation de l'efficacité et de la performance globale de son unité (qualité, satisfaction clients, rentabilité des produits, retour sur investissement, fidélisation fournisseurs, etc.)
- Mise en œuvre d'applications mobiles répondants aux objectifs de l'entreprise
- Traduction de la stratégie de l'entreprise en orientations et priorités d'action et de moyens, dans son domaine d'activité
- Travail en réseau avec des interlocuteurs multiples



Les compétences

SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

SAVOIR

Commerce	●●●●○
Communication audiovisuelle multimédia	●●●●○
Communication d'entreprise	●●●●○
Conduite de projet	●●●●○
Connaissance des méthodes UX (expérience utilisateur)	●●●●○
Economie d'entreprise	●○●○●○
Gestion budgétaire et administrative	●○●○●○
Intelligence économique	●●●○●○
Logiciels métier	●●●●○
Marketing	●●●●○
Techniques / méthodologies de négociation	●●●○●○

SAVOIR-FAIRE

- Analyser des résultats économiques, commerciaux et financiers/Développer une culture du ROI (Return On Investment)
- Analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques)
- Anticiper et estimer les besoins potentiels de la clientèle
- Choisir le message, le moment et le canal adaptés en fonction de l'action de communication
- Définir la stratégie adéquate pour générer du trafic sur des supports digitaux et piloter sa mise en œuvre
- Développer un réseau relationnel et professionnel
- Développer une stratégie d'extension d'un marché à l'international
- Diriger, animer et développer une(des) équipe(s) de professionnels
- Élaborer et argumenter un plan marketing
- Élaborer un budget, correspondant à son domaine de compétence
- Exploiter des données pour personnaliser les propositions de vente et proposer une offre plus flexible



- Identifier et analyser les caractéristiques du marché et le positionnement relatif du produit par rapport à la concurrence
- Mettre en place des campagnes d'e-mailing
- Négocier en interne sur la stratégie marketing et l'allocation de moyens / ressources
- Piloter le trafic et le taux de transformation de son site web avec les outils adaptés (Google analytics, etc.)
- Utiliser les méthodes et outils de recueil et d'analyse de données quantitatives et /ou qualitatives



Les compétences

SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

COMPÉTENCES TRANSVERSES

Utilisation des outils numériques



Anglais



Organisation et gestion du temps



Travail en mode projet



Animation et encadrement d'équipe



Transmission de savoirs et savoir-faire



Travail collaboratif



Relation client



Communication orale et écrite



Analyse et synthèse



Application des règlements et protocoles HSE



Gestion et maîtrise des risques



Diagnostic et résolution de problèmes



Prise d'initiatives



Créativité et inventivité





Les certifications

QUELQUES CERTIFICATIONS PERMETTANT D'ACCÉDER AU MÉTIER...

TITRE PROFESSIONNEL

- TP Chef de projet en marketing internet et conception de site
 - TP Assistant webmarketing
 - TP Chargé éditorial pour le Web (Content Manager)
-

MASTER

- Master DEG Sciences du Management, spécialité Management des projets marketing
 - Master DEG Sciences du Management, spécialité Marketing des Services
 - Master DEG Marketing, Vente et Relation Client
 - Master DEG Stratégie et Marketing, spécialité Commerce international
 - Master DEG Marketing, spécialité Marketing et communication commerciale
 - Master Sciences humaines et sociales, mention information-communication, spécialité Web éditorial
-

LICENCE PROFESSIONNELLE

- Licence Professionnelle Commerce, spécialité Marketing et Réseaux de Communication (MRC)



Parcours professionnels

📦 Métiers appartenant à la même famille que le métier cible

■ ■ ■ TRÈS PROCHES

📦 Responsable marketing H/F



■ ■ ■ PROCHE

📦 Spécialiste merchandising / Publicité sur lieu de vente (PLV) H/F



📦 Chef(fe) de produit



📦 Chargé(e) d'études marketing



■ ■ ■ ÉLOIGNÉS / ÉVOLUTIONS

📦 Responsable du service client H/F



📦 Responsable des ventes H/F



📦 Responsable de la communication H/F



Responsable de centre de profits H/F



📦 Chef(fe) de projet e-commerce



📦 Chargé(e) de communication

