

# Chargé(e) de Communication & Marketing

## Finalité du métier

Le/la Chargé(e) Marketing participe à la mise en œuvre du plan mix-marketing et du médiaplaning des actions commerciales annuelles et les réalise en tenant compte du marché, des contraintes économiques et des perspectives de l'entreprise. Il/elle aide à la réalisation des objectifs de Chiffre d'Affaires en dynamisant l'attractivité de l'entreprise et sa notoriété.

## Missions principales

- Mise en œuvre du plan mix marketing.
- Développe le site internet du groupe.

## Compétences

- Connaissance de la publicité, des mécanismes promotionnels et des produits,
- Connaissance des magasins (terrain),
- Connaissance de la réglementation commerciale,
- Connaissance des techniques d'achat et de négociation,
- Connaissances logiciels PAO, techniques numériques, relations avec les agences et les imprimeurs,
- Maîtrise de la langue française et de l'orthographe,
- Capacité d'analyse, de synthèse,
- Savoir anticiper,
- Dynamisme, Esprit créatif,
- Sens du détail et de la précision,
- Sens de l'écoute,
- Esprit d'équipe.

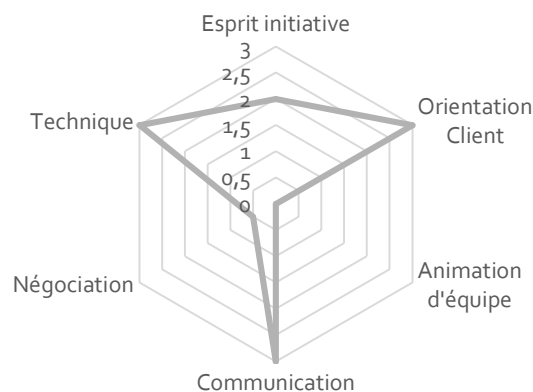
## Tâches

- ✓ Participe et suit le programme annuel d'actions commerciales ;
- ✓ Crée les thèmes publicitaires, rédige les mailings, les catalogues et prospectus ;
- ✓ Met au point les tarifs promotionnels avec les chefs de produits dans le cadre des objectifs de marges pendant les périodes publi-promotionnelles ;
- ✓ Participe à la mise en place de la dynamique promotionnelle produit (types de support, media, accueil, implantation) ;
- ✓ Suit les CA promotionnels, propose des actions correctives ;
- ✓ Fait des relevés des prix promotionnels des produits à la concurrence ;
- ✓ Analyse les zones de chalandises, les caractéristiques clients, les facteurs de fidélisation et optimise l'efficacité des fichiers prospects et clients ;
- ✓ Travaille avec les imprimeurs ou les journalistes à la qualité des documents, à la précision des éléments diffusés ;
- ✓ Met au point le balisage et l'Information sur les Lieux de Vente (ILV) ;
- ✓ Effectue le travail publi-promotionnel de l'entreprise

- ✓ Construit et nourrit le site internet de l'entreprise ;
- ✓ Réalise une veille réglementaire pour respecter la réglementation sur la commercialisation et la publicité des produits ;
- ✓ Met en place tous les outils pour respecter les rétro plannings établis avec les services internes (ventes – logistique) ;
- ✓ Diffuse toutes les informations aux magasins et aide les magasins dans les périodes publicitaires ;
- ✓ Est à l'écoute des clients, des responsables de magasin et des chefs de produits.

CETTE LISTE DE TACHES EST NON EXHAUSTIVE ET PEUT ETRE AMENEE A EVOLUER.

## Compétences Clés



## Formation minimale

BAC+2 Marketing Communication ou diplôme de niveau IV avec 3 ans d'expérience dans le métier.

## Expérience souhaitée

2-3 ans d'Expérience sur un poste équivalent

### Rattachement hiérarchique

- Directeur(trice) Marketing & Digital

### Evolutions potentielles

- Chef Produit Communication