



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

