

Fonction

RESPONSABLE MISE EN MARCHÉ ET DÉVELOPPEMENT IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MERCHANDISING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING RELATIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MISE EN MARCHÉ ET DÉVELOPPEMENT IV.A \(H/F\)](#)
- [UX DESIGNER IV.A \(H/F\)](#)
- [COACH AGILE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING EXPERIENCE CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

La/le responsable de la mise en marché et du développement a pour mission de définir le plan d'animation marketing et de le mettre en œuvre sur l'ensemble des canaux, digitaux et physiques, de l'entreprise.

Elle/il assure le relai vers les canaux de distribution et veille au bon déroulement de la mise en marché des offres jusqu'à la mise à disposition auprès des clients finaux. Elle/il définit et met en place les modifications d'offre éventuelles.

Elle/il travaille en coordination avec différents intervenants internes et externes à l'entreprise pour assurer le succès de la mise en marché (respect des délais, des objectifs par cible, ...)

Missions

Piloter la stratégie de mise en marché

Contribuer à la définition de la stratégie de mise en marché sur son périmètre

- Elle/il identifie les opportunités et analyse les marchés des clients (potentiel, produits, services, distribution..) avec l'équipe Marketing Client et participe à l'élaboration des plans d'actions marketing. Elle/il les adapte à chaque distributeur et veille à la cohérence avec la stratégie et les objectifs de l'entreprise.
- Elle/il déploie les dispositifs de mise en marché pour répondre aux besoins de la cible et favoriser l'achat (analyse de la cible, sélection des offres prioritaires, définition du parcours d'achat, positionnement de l'offre, élaboration de plans de communication, ...).

Accompagner le processus de mise en marché

- Elle/il anime l'ensemble des éléments du mix marketing auprès des canaux de distribution et assure la coordination et le pilotage des actions conduites chez les distributeurs.
- Elle/il déploie les activités de mise en marché (lancement des offres commerciales, opérations promotionnelles, optimisation des moteurs de recherche (SEO, dispositifs d'A/B testing, ...) avec les différents intervenants internes et externes à l'entreprise en s'assurant de la cohérence de la gamme d'offres.
- Elle/il pilote le lancement de l'offre à travers des KPI, identifie et alerte sur les dysfonctionnements éventuels des offres et propose des actions complémentaires et modifications à apporter.

Suivre les tendances

- Elle/il mesure l'efficacité des activités sur son périmètre au moyen des indicateurs de performance et de suivi définis (outils de tracking, efficacité des campagnes, ROI par canal et par client, etc.).
- Elle/il est en veille permanente sur les évolutions technologiques et les innovations en termes de dispositifs de vente en cross-canal et de parcours prospects/clients.

Encourager le changement

Conduire un projet

- Elle/il sait travailler en mode agile avec des équipes pluridisciplinaires pour mener à bien un projet.
- Elle/il sait développer et entretenir un réseau professionnel à l'interne et à l'externe, notamment à travers des partenariats.

Compétences

Communication et marketing

Techniques de communication

Maîtriser les techniques de communication, de rédaction, de gestion éditoriale, de design et de scénarisation de messages sur différents supports de communication, afin de transmettre de l'information et du contenu et faire vivre une expérience au client au travers des messages diffusés.

Parcours clients multicanaux

Concevoir des dispositifs de ciblage (client / prospects) et des parcours client permettant de faire vivre une expérience client en multicanal

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

Comportementales Socles

Orientation client

Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

Culture du changement et de l'innovation

Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Coopération et ouverture

Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Orientation résultats

Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Efficacité professionnelle

Veille / innovation / tendances

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité.

Projet

Management de projet

Maîtriser les concepts et les outils de la Gestion de Projet et de la conduite du changement. Mobiliser et animer acteurs et contributeurs, en favorisant les pratiques collaboratives. Garantir le respect de l'équilibre entre les engagements de coût, de délai et de satisfaction client. Analyser les risques et mettre en oeuvre les mesures correctrices.

Risques et réglementation

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Leadership fort et vision long terme
- Capacité à naviguer dans un environnement incertain
- Ouvert(e) et innovant(e)

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Services-Courrier-Colis
- Bgpn numérique

Effectif de la fonction

De 1 à 9