

## Fonction

# CHARGE ETUDE ET MARKETING DES OFFRES SOCIALES IV.A (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- [RESPONSABLE ETUDE ET MARKETING DES OFFRES SOCIALES IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE ETUDE ET MARKETING DES OFFRES SOCIALES IV.A \(H/F\)](#)

## Raisons d'être

Dans le cadre des orientations définies par le responsable Etudes et Marketing des offres sociales, il élabore toutes les études liées à son domaine d'activité et en assure le suivi.

Il suit les budgets des domaines d'activités concernés et assure le contrôle des coûts de son périmètre

## Missions

### Réalisation d'études

Contribue par ses travaux et son analyse à l'amélioration de l'offre. Il réalise des études et un suivi du niveau de qualité des offres.

### Gestion moyens et produits

Effectue un reporting des activités et des couts dans sa famille d'offre. Prépare et constitue les dossiers pour l'élaboration, le suivi et l'analyse des budgets de chaque activité de sa famille d'offres

### Pilotage de projet

Contribue à la conduite de projet dans son domaine, contrôle la conformité des livrables

## 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.

#### 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

### Analyse du besoin Client / Partenaire / Collaborateur

Comprendre, analyser et challenger les besoins et attentes de ses clients / partenaires / collaborateurs, en prenant en considération leurs contraintes et les risques associés. Conseiller et alerter au regard de leurs choix.

### Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

## Environnement de travail

Etablissement DNAS en territoire

## Relations internes/externes

Les directions de la DNAS

Le service logement La Poste

Les managers opérationnels toutes branches

Les collectivités locales et les partenaires logement

## Famille

## Filière

## Métier

concepteur des offres sociales

## Répartition des effectifs

- □

Groupe - siege

## Effectif de la fonction

De 1 à 9