

Fiche de poste d'un Chef de Service Marketing Opérationnel

Positionnement hiérarchique

- Supérieur hiérarchique (n+1) : **Directrice Communication** ;
- Dépendants directs (n-1) : **Effectif du service**.

Missions

Missions :

- Elaborer les plans d'actions opérationnels permettant de décliner les axes stratégiques et l'atteinte des objectifs assignés au Service ;
- Développer et mettre en place des campagnes de marketing ciblées sur les prestations de la Fondation ;
- Suivre et exploiter les bases de données des adhérents par domaine d'activité
- Suivre et déployer les mécanismes de promotion des prestations de la Fondation par le biais de ses différents canaux.

Activités et tâches principales

- Concevoir et réaliser des actions et des outils de communication ;
- Réaliser les choix relatifs aux leviers de communication adaptés au lancement et/ou à la promotion de la prestation ou du service ;
- Adapter les actions marketing avec les attentes des adhérents ;
- Optimiser les moyens mis en œuvre en fonction des résultats attendus ;
- Mettre en place des mesures d'évaluation et de suivi d'impact ;
- Gérer et le déployer les mécanismes promotionnels ;
- Gérer les collaborateurs du service pour la production des supports ;
- Suivre et animer les différents supports digitaux (contenus éditoriaux, veille et interactivité) ;
- Coordonner et suivre avec le pôle des adhérents et du réseau l'exploitation de l'outil GCA ;
- Assurer l'organisation et la coordination des travaux du service et veiller au respect des procédures en vigueur ;
- Définir les actions correctives en cas de dysfonctionnement et s'assurer de leur réalisation au niveau du service ;
- Assurer la communication entre le Top-management et les collaborateurs du service ;
- S'assurer de la formation adéquate des collaborateurs de son équipe et de la disponibilité des moyens nécessaires à la réalisation de leurs tâches ;
- Assurer la coordination avec les prestataires de service ;
- Analyser les indicateurs de l'activité du service et évaluer en permanence la qualité de services ;
- Mettre en place un système de reporting et rédiger les rapports d'activités périodiques.

Profil

■ **Catégorie :**

- Classé au minimum dans la catégorie des cadres

■ **Expérience :**

- Une expérience minimale de 3 ans avec une forte expertise en communication.

■ **Compétences techniques :**

- Maîtrise des différents moyens, techniques et supports de marketing direct et de masse (médias : Emailing, medias, web, etc.).

- Maîtrise des techniques de veille et des nouvelles tendances (y compris le digital).
- Connaissances en audiovisuel.
- Maîtrise des activités de la Fondation, de son environnement et de son cadre réglementaire.
- Maîtrise des techniques rédactionnelles.
- Maîtrise des outils de bureautique.

■ **Compétences managériales :**

- Aptitude au management et à la gestion d'équipes pluridisciplinaires.
- Sens de l'écoute.
- Aisance relationnelle.
- Rigueur et organisation pour structurer et faire avancer les projets.

