



Responsable Marketing (H/F)



Le responsable marketing définit et met en œuvre la stratégie marketing (tarifs, gammes, promotion, communication...), ainsi que le plan marketing (études de marché, catalogues, argumentaires techniques...) pour l'ensemble des produits de l'entreprise. Il est généralement à la tête d'un service ou d'une équipe dont il coordonne l'activité.

À la loupe !

AU QUOTIDIEN

A quoi ressemblent les journées d'un responsable marketing ?

Selon la nature des gammes de produits de l'entreprise, la fonction de Responsable marketing aura un caractère plus ou moins technique. Elle peut se limiter au marketing produit ou englober également le marketing opérationnel.

Le poste peut également impliquer une dimension communication plus ou moins forte (en particulier s'il n'y a pas de service communication dédié par ailleurs).

ON L'APPELLE AUSSI ...

- Chargé d'affaires marketing
- Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne
- Directeur du marketing



Les métiers du textile

MARKETING

QUELLES FORMATIONS POUR QUELS DIPLÔMES ?

Ce métier est accessible à partir d'un **Master** (Master professionnel, diplôme d'école de commerce...) dans un secteur technique ou commercial, complété par une expérience professionnelle en tant que chef de produit.

L'accès est également possible après une **expérience de 5 à 10 ans** dans les fonctions vente ou production de la même branche d'activité.

La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, est exigée.

Pour en savoir plus, RDV sur observatoiremodetextilescuir.com

QUELS DIPLÔMES ?

- > **Titre Professionnel - Manager de l'offre Produits TMC (Textile Mode Cuir)**
- > **Titre professionnel - Chef de produit Mode et Textile**

QUELLES COMPÉTENCES ?

Récapitulatif des savoir-faire et savoir-être essentiels avant de se lancer...

Il est capable de

- ... Élaborer une stratégie de développement produits
- ... Élaborer un plan marketing
- ... Réaliser une veille de marché et concurrentielle
- ... Suivre et piloter un budget

Il sait aussi

- ... Adapter le style et le contenu de la communication à ses interlocuteurs et à la situation
- ... Faire preuve de réactivité, adapter son comportement à des situations évolutives
- ... Organiser son travail en fonction des objectifs fixés
- ... Prendre des décisions en s'appuyant sur l'analyse des faits