

Marketing

Cette famille rassemble des métiers dont la finalité est de contribuer à l'attractivité de l'offre de l'entreprise, par la conception de stratégies, de produits ou d'actions valorisant son positionnement sur le marché.

Les différentes sous-familles et leurs missions.

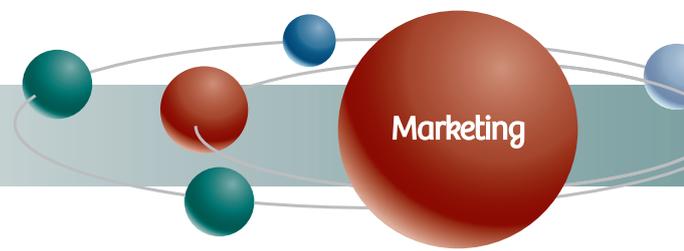
Marketing stratégique et études (02A)

Les métiers de cette sous-famille ont pour mission de renforcer le positionnement de l'entreprise sur le marché par une stratégie marketing visant à l'amélioration permanente de l'attractivité des contrats, produits ou services proposés aux clients.

Marketing opérationnel (02B)

Les métiers de cette sous-famille ont pour mission de développer et valoriser l'offre commerciale de l'entreprise en participant à la conception de ses produits et en réalisant les actions ou supports marketing adaptés aux différentes cibles de clientèle.

NB : Les métiers en charge des actions d'appui commercial direct aux réseaux de distribution relèvent du champ de la sous-famille « Support et appui aux réseaux » au sein de la famille Distribution et développement commercial.



Marketing stratégique et études

02A

Exemples d'intitulés de métiers

- Responsables d'études et de projets marketing
- Chargé d'études de marché
- Analyste statistiques marketing
- Chef de gamme

Mission

Renforcer le positionnement de l'entreprise sur le marché par une stratégie marketing visant à l'amélioration permanente de l'attractivité des contrats, produits ou services proposés aux clients.

Exemples d'activités mises en œuvre

<p>Etudes de marché et définition des orientations marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définir la stratégie marketing et suivre sa mise en place opérationnelle • Réaliser ou faire réaliser des études et enquêtes sur le comportement et les besoins des clients ou des cibles de l'entreprise • Etudier la concurrence directe et indirecte sur le marché des contrats et produits d'assurance • Etablir le bilan des opérations et démarches marketing, des résultats obtenus et de la rentabilité des investissements
<p>Suivi de projets ou de prestataires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer des appels d'offres, participer au choix des prestataires ou fournisseurs et assurer le suivi de leurs prestations • Elaborer des documents (cahier des charges, demandes de devis...) à destination des prestataires ou fournisseurs
<p>Veille et développement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suivre les évolutions (environnementales, technologiques, juridiques ou concurrentielles) en matière de produits et services assurantiels
<p>Conseil, accompagnement et aide à la décision</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conseiller la Direction dans l'établissement de sa politique marketing

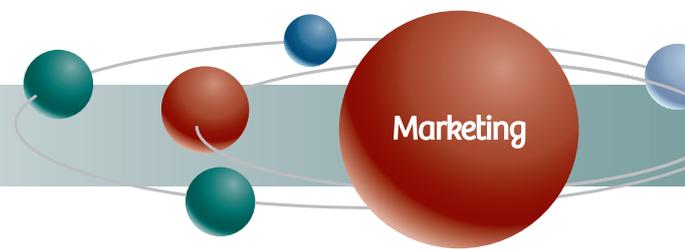
Exemples de compétences attendues

Connaître

- Les orientations de l'entreprise en matière de développement commercial
- Les contrats et produits commercialisés par l'entreprise
- Les aspects du droit applicables en matière de marketing
- Les méthodes et techniques d'études marketing

Savoir

- Réaliser des études de marché
- Utiliser des outils et données statistiques
- Gérer des projets ou chantiers (planification, coordination, suivi budgétaire, contrôle et reporting)
- Rédiger un cahier des charges
- Négocier, argumenter, convaincre



Voies possibles d'accès aux métiers

Formation initiale ou continue

- Licence professionnelle Informations stratégiques et actions sur les marchés, Marketing digital gestion de contenus et stratégies numériques
- Master Marketing et communication, Marketing et vente, Marketing, communication et stratégies commerciales, Marketing et production de services
- Ecoles de commerce

Expérience professionnelle antérieure

Les personnes qui ont intégré cette sous-famille par mobilité interne (18% des effectifs CDI) venaient principalement des sous-familles suivantes :

Sous-famille d'origine

02B	Marketing opérationnel	44%
01B	Actuariat et études techniques	10%
12A	Maîtrise d'ouvrage, organisation, planification	9%

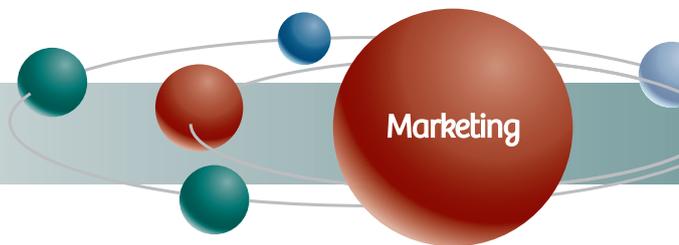
Exemples de passerelles de mobilité vers d'autres sous-familles

Les personnes qui ont quitté cette sous-famille par mobilité interne (25% des effectifs CDI) ont principalement rejoint les sous-familles suivantes :

Sous-famille de destination

02B	Marketing opérationnel	43%
03H	Support et appui aux réseaux	7%
15A	Direction générale ou de centre de profit	5%

NB : Certaines activités et compétences décrites dans cette fiche ne concernent qu'une partie des métiers relevant de cette sous-famille. Par ailleurs, ne sont pas mentionnées les activités et compétences liées à des responsabilités managériales.



Marketing opérationnel

02B

Exemples d'intitulés de métiers

- Chef/Responsable de produit
- Spécialiste/Chargé de marketing opérationnel
- Chargé/Responsable de marketing direct

Mission

Développer et valoriser l'offre commerciale de l'entreprise en participant à la conception de ses produits et en réalisant les actions ou supports marketing adaptés aux différentes cibles de clientèle.

Exemples d'activités mises en œuvre

<p>Définition, mise en place et coordination des actions marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les attentes identifiées par les études marketing ou par le réseau de distribution et déterminer les actions à engager afin d'y répondre • Participer à la conception de nouveaux produits ou à l'adaptation de produits existants, en lien avec les services d'études marketing ou d'études actuarielles et techniques • Participer à l'élaboration des campagnes de communication commerciale selon les cibles et les supports de diffusion définis • Organiser les actions marketing (mailing, phoning, publipostage...) en déclinaison de la politique commerciale de l'entreprise • Suivre la vie de l'offre commerciale et procéder aux ajustements marketing nécessaires
<p>Suivi de projets, de prestataires ou de fournisseurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer des appels d'offres, participer au choix des prestataires ou fournisseurs et assurer le suivi de leurs prestations • Elaborer des documents (cahier des charges, demandes de devis...) à destination des prestataires ou fournisseurs
<p>Veille et développement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suivre les évolutions (environnementales, technologiques, juridiques ou concurrentielles) en matière de techniques et outils de marketing
<p>Conseil, accompagnement et aide à la décision</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Venir en appui des services commerciaux et communication pour leur apporter une expertise technique lors de la conception ou du lancement de nouveaux produits

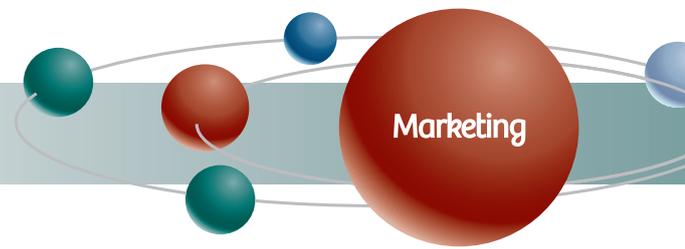
Exemples de compétences attendues

Connaître

- Les contrats et produits commercialisés par l'entreprise
- Les orientations de l'entreprise en matière de développement commercial
- Les techniques et méthodes du marketing mix (produit, prix, distribution, publicité)
- Les supports de diffusion marketing
- Les techniques et méthodes de communication

Savoir

- Détecter et analyser les besoins ou attentes des clients
- Gérer des projets ou chantiers (planification, coordination, suivi budgétaire, contrôle et reporting)
- Rédiger un cahier des charges
- Négocier, argumenter, convaincre
- Faire preuve de créativité dans la conception et la réalisation d'actions ou supports marketing



Voies possibles d'accès aux métiers

Formation initiale ou continue

- DUT Techniques de commercialisation
- Licence professionnelle Marketing et multimédia, Marketing opérationnel, Marketing et réseaux de communication
- Licence Marketing-Communication

Expérience professionnelle antérieure

Les personnes qui ont intégré cette sous-famille par mobilité interne (20,1% des effectifs CDI) venaient principalement des sous-familles suivantes :

Sous-famille d'origine

02A	Marketing stratégique et études	28%
01	Actuariat et conception technique (métiers nouveaux ou émergents)	12%
12A	Maîtrise d'ouvrage, organisation, planification	6%

Exemples de passerelles de mobilité vers d'autres sous-familles

Les personnes qui ont quitté cette sous-famille par mobilité interne (20,8% des effectifs CDI) ont principalement rejoint les sous-familles suivantes :

Sous-famille de destination

02A	Marketing stratégique et études	21%
03G	Animation de réseaux non salariés (prescripteurs, partenaires, intermédiaires)	10%
01B	Actuariat et études techniques	8%

NB : Certaines activités et compétences décrites dans cette fiche ne concernent qu'une partie des métiers relevant de cette sous-famille. Par ailleurs, ne sont pas mentionnées les activités et compétences liées à des responsabilités managériales.