

---

## Mission

Développer et valoriser l'offre commerciale de l'entreprise en réalisant les actions ou supports marketing adaptés aux différentes cibles de clientèle.

---

# B5. MARKETING OPÉRATIONNEL ET DIGITAL

---

## Exemples d'intitulés des métiers

- Spécialiste/Chargé.e de marketing opérationnel
- Marketing business analyst
- Chargé.e /Responsable de marketing direct

## Illustrations d'activités mises en œuvre

<b>Définition, mise en place et coordination des actions marketing</b>	Analyser les attentes identifiées par les études marketing ou par le réseau de distribution et déterminer les actions à engager afin d'y répondre
	Identifier les meilleures cibles des actions commerciales en collaboration avec la conception de l'offre, les équipes juridiques et data
	Négocier les offres commerciales avec la direction de l'offre
	Participer à l'élaboration des campagnes de communication commerciale selon les cibles et les supports de diffusion définis
	Organiser et concevoir les actions marketing multicanal (mailing, sms, web, réseaux sociaux, phoning...) en déclinaison de la politique commerciale de l'entreprise
<b>Analyse et synthèse d'informations</b>	Suivre et analyser les résultats des campagnes, notamment en termes de retour sur investissement, pour adapter et optimiser en continue les actions et déclencher des opérations de marketing ciblées
	Suivre la vie de l'offre commerciale et procéder aux ajustements marketing nécessaires pour développer la fidélisation, l'équipement et l'acquisition de la clientèle
<b>Conseil, accompagnement et aide à la décision</b>	Venir en appui des services commerciaux et communication pour leur apporter une expertise technique lors du lancement de nouveaux produits et services

---

## Exemples de connaissances et compétences professionnelles mobilisées

- Les orientations de l'entreprise en matière de développement commercial
- Les contrats et produits commercialisés par l'entreprise
- Les méthodes et techniques d'études marketing
- Les techniques et méthodes de communication
- Détecter et analyser les besoins ou attentes des clients
- Gérer des projets ou chantiers (planification, coordination, suivi budgétaire, contrôle et reporting)
- Utiliser des outils et données statistiques
- Identifier et proposer des solutions répondant aux besoins du client ou de l'utilisateur
- Négocier, argumenter, convaincre
- Faire preuve de créativité dans la conception et la réalisation d'actions ou supports marketing
- Favoriser des relations d'échanges et un climat de coopération

## Voies possibles d'accès aux métiers

### Formation initiale ou continue

---

Diplômes ou certifications Bac +2 à bac +5 (niveaux 5 à 7) dans les domaines :  
Techniques de commercialisation, Marketing et multimédia, Marketing opérationnel,  
Marketing et réseaux de communication

### Expérience professionnelle antérieure au sein des sociétés d'assurances

---

Communication et conception multimédia (H)  
Autres métiers du domaine Distribution et développement commercial (B),  
dont Soutien commercial et appui aux réseaux (B6)

## Exemples de passerelles de mobilité vers d'autres métiers

### Mobilités fréquentes ou possibles vers les métiers

Marketing de l'offre (A2)  
Autres métiers du domaine Distribution et développement commercial (B)  
et notamment vers Animation de réseaux commerciaux non-salariés (B4)  
et Soutien commercial et appui aux réseaux (B6)  
Communication et conception multimédia (H)

## Dimensions relationnelles

Travail en collaboration avec les équipes Conception et adaptation de l'offre (A)  
et Communication et conception multimédia (H)  
Relations internes fréquentes avec les métiers Distribution  
et le développement commercial (B)  
Relations possibles avec des prestataires pour la fourniture  
de solutions techniques ou la fourniture de données