

Manager du marketing et des ventes EPD ES

diriger, guider, promouvoir, informer, contrôler, planifier, organiser, vendre

Les managers du marketing et des ventes occupent des postes à responsabilité dans le domaine du marketing et de la vente. Ils travaillent généralement dans un département marketing d'une PME ou d'une grande entreprise et y sont responsables, en tant que généralistes, de certains domaines du marketing. Ils sont confrontés au défi quotidien de suivre les derniers développements et les dernières tendances.

Les managers traquent les tendances et mènent des études de marché approfondies. Ils vérifient si les attentes du marché et des consommateurs peuvent être satisfaites avec le processus de dévelop-

pement des produits et des prestations de l'entreprise. Ils déterminent le marché cible et définissent la stratégie marketing.

En collaboration avec la direction des ventes, les managers du marketing et des ventes planifient le concept marketing jusqu'à la conclusion de la vente et le mettent en œuvre. Si des écarts par rapport aux objectifs sont constatés, ils prennent immédiatement des mesures correctives. Pour ce faire, ils travaillent en étroite collaboration avec la logistique et mettent à profit leurs connaissances en gestion d'entreprise et en gestion financière.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin que sa campagne de marketing soit un succès, le manager du marketing et des ventes élabore des concepts ciblés pour des produits et des groupes de produits spécifiques, réalise des études de marché, établit des analyses de la situation marketing et évalue les résultats.
- ▶ Afin de pouvoir interpréter correctement les stratégies et les décisions de l'entreprise et les mettre en œuvre elle-même, la manager du marketing et des ventes développe ses compétences professionnelles en gestion d'entreprise.
- ▶ Afin de pouvoir atteindre son groupe cible sur un maximum de canaux différents, le manager du marketing et des ventes lance une campagne publicitaire de marketing cross-média.
- ▶ Afin de pouvoir inciter la prochaine génération à acheter, la manager du marketing et des ventes s'engage, dans le cadre du marketing d'influence, dans une collaboration publicitaire avec une influenceuse qui a une grande communauté sur les réseaux sociaux.

Les faits

Admission a) Employé/e de commerce CFC, gestionnaire du commerce de détail CFC, diplôme d'une école de commerce ou maturité gymnasiale avec option économie ainsi que 2 ans de pratique professionnelle dans des domaines d'activité proches du marketing ou; b) autre formation professionnelle de 3 ans ainsi que 3 ans de pratique professionnelle (y compris preuve de qualifications commerciales supplémentaires). Sans ces conditions préalables: examen d'entrée. S'il manque des connaissances de base, il est recommandé de suivre un cours préparatoire.

Formation 3 ans de formation continue en cours d'emploi. Avec l'un des brevets de spécialiste en marketing BF ou de spécialiste en vente BF, une formation raccourcie (2 ans) est possible.

Les aspects positifs Grâce à leur approche globale du marketing et de la vente, les managers mènent l'entreprise vers le succès sur le long terme. Ils tiennent compte des progrès technologiques qui ouvrent sans cesse de nouveaux canaux de fournisseur au client tout en se concentrant sur la fidélisation du client à long terme.

Les aspects négatifs De nombreux marchés sont saturés et les consommateurs sont parfaitement informés sur les produits. Les inciter à acheter relève parfois de l'exploit.

Bon à savoir Les managers du marketing et des ventes occupent des postes de cadres dans le marketing, la publicité, les relations publiques, les études de marché, le marketing direct, la gestion de produits, le service interne ou externe de vente.

Profil requis

	avantageux	important	très important
capacité de communiquer	■		
compétences en négociation, diplomatie	■		
fluidité de l'expression orale et écrite	■		
intérêt pour le contact avec le client, orientation client	■	■	
intérêt pour le marketing, intérêt pour le commerce et la vente	■	■	
perspicacité critique et jugement critique	■		
qualités de dirigeant	■	■	
réflexion analytique, orientation vers les solutions	■	■	
sens des nombres, compétences en mathématiques	■		
talents organisationnels, compétences commerciales	■	■	

Plans de carrière

Master of Advanced Studies (MAS) en gestion du marketing, en gestion d'entreprise ou en communication commerciale
Master of Science (HES) en administration des affaires - Spécialisation en marketing, Executive Master (MBA)
Bachelor of Science (HES) en économie d'entreprise ou en communication commerciale
Manager du marketing et des ventes EPD ES
Employé/e de commerce CFC, gestionnaire du commerce de détail CFC ou titre équivalent (voir admission)