

MARKETING

LE CONSEIL DU RECRUTEUR

Dans ce métier qui doit différencier l'offre SFR sur un marché fortement concurrentiel et mouvant, il est essentiel d'avoir un esprit curieux et le goût de l'analyse. Pour réussir, il faut être enthousiaste, force de proposition et stimulé par le changement.

LE MÉTIER EN QUELQUES MOTS

Les enjeux :

- Accompagner chaque personne et chaque entreprise pour leur apporter le meilleur du monde numérique

Les objectifs :

- Accroître notre développement des parcs et du chiffre d'affaires sur l'ensemble de nos marchés (mobile, internet, haut débit, entreprises, opérateurs...)
- Fournir la meilleure expérience client
- Garantir la qualité de nos offres de bout en bout

LES DIFFÉRENTES FONCTIONS ET MISSIONS PROPOSÉES

Marketing Client / Offres : développer une connaissance approfondie des segments clients, concevoir des offres (analyse marché, Business Plan), assurer la mise sur le marché, gérer la relation client

- Assistant(e) chef de marché, Chef de marché, Responsable de service marketing

Communication Publicité : gérer et coordonner la communication sur les parcs clients, définir la stratégie et la mise en œuvre de la publicité en cohérence avec la plateforme de marque

- Chargé(e) de Communication, Responsable Communication, Chef de marché marketing direct

Marketing Produit / Contenus : concevoir les produits et services (analyse marché, Business Plan), piloter les projets en lien avec les équipes techniques et marketing, négocier les acquisitions et les droits auprès des éditeurs, optimiser la ligne éditoriale, gérer la relation avec les partenaires

- Assistant(e) chef de produit, Chef de produit, Responsable de service marketing produits, Responsable Relations Partenariat

Etudes Marketing : assurer la construction, la production et le suivi des modèles nécessaires à l'optimisation de la connaissance client / marché, définir les indicateurs pertinents et en assurer l'analyse afin de faire des recommandations adéquates

- Chargé(e) d'études, Responsable d'études

Marketing Ventes : déployer la commercialisation des offres auprès de la force de vente et développer les outils et argumentaires d'aide à la vente (offre, prix, promotion, ciblage, rémunération distributeur)

- Responsable marketing ventes

Marketing Opérationnel : élaborer et développer tout outil favorisant la promotion et les ventes des offres (ILV, PLV), valider la pertinence des supports et messages délivrés en fonction des objectifs marketing et commerciaux, contribuer à la notoriété et à l'image de marque de la société

- Chef de produit marketing opérationnel

Trade Marketing : assurer l'assistance des forces de ventes dans la mise en place de plan d'actions de promotion pour augmenter le chiffre d'affaires, contribuer au développement de la connaissance de l'offre, suivre et analyser les retombées des actions de promotion

- Responsable trade marketing

LES COMPÉTENCES RECHERCHÉES

Connaissances métier :

- Le « mix marketing »
- La connaissance du marché, de la concurrence
- Une forte orientation méthodologie business
- Connaissance de l'univers réseaux sociaux et E-Marketing

Qualités humaines :

- Une aptitude au management de projet et au fonctionnement matriciel
- Une bonne vision / orientation client
- Le sens de l'innovation et la capacité à intégrer sa réflexion dans une stratégie globale

LES CHIFFRES CLÉS

Environ 600 collaborateurs au service marketing SFR

2ème annonceur français

Près d'un français sur deux est client de SFR