

FICHE DE POSTE

1. IDENTIFICATION DU POSTE

Chief Marketing Officer/Directeur de Marketing

2. DESCRIPTION DU POSTE :

Nous trouvons au sommet du pôle marketing, le **poste de CMO en charge de définir la politique marketing** de son entreprise. Capable d'analyser les comportements d'achat de la clientèle, il met en place une stratégie pertinente et travaille en équipe avec tous les services concernés.

Son but est de se faire remarquer en optimisant l'ensemble des moyens de son entreprise pour faire évoluer son image de marque et lui apporter une belle rentabilité. Le **Chief Marketing Officer (CMO) est le garant du développement et du suivi de la culture d'achat connecté.**

Sa polyvalence en fait un réel atout pour son entreprise. Il maîtrise pour son secteur l'analyse du marché jusqu'à la finalisation des créations. C'est un poste qui demande de l'intuition, de l'imagination, de la créativité et un bon leadership. Il travaillera directement avec les instances de direction de l'entreprise (COMEX) et en étroite collaboration avec le Chief Experience Officer (CXO) ou le Chief Operating Officer (COO).

Le Chief Marketing Officer (CMO) ou Directeur marketing est actuellement un métier en pleine évolution. Ceci en raison des mutations liées au marketing digital et aux pratiques d'achat comme aux techniques d'étude et de ciblage de la clientèle des entreprises.

Le Chief Marketing Officer a pour rôle de diriger l'activité marketing globale d'une organisation. Il est également chargé de rediriger l'étude de marché à la stratégie publicitaire en passant par l'orientation du développement des offres d'une entreprise, le ciblage de la clientèle et l'image de marque.

En raison de l'évolution de la culture d'achat vers le numérique, le métier de Chief Marketing Officer s'oriente vers l'e-marketing et les nouveaux outils d'analyse et de prospection.

Adresse: 228 b, Av.Isangi, Q.30 juin, Kinshasa-Lingwala



www.odc-rdc.com



+243 821026925



contacts.etsodc@gmail.com



+243 813884470

3. LOCALISATION DU POSTE

Adresse: 228 b, Avenue Isangi, Commune de Lingwala, Ville Province de Kinshasa, République Démocratique du Congo.

Département, Direction, Service : Direction de Marketing

Responsabilités spécifiques :

Situation du poste dans l'organigramme : placé sous l'autorité hiérarchique du Chief Executive Officer. La Direction de Marketing, rattachée hiérarchiquement au Directeur Général dont les services sont animés et coordonnés par le CEO.

4. MISSIONS

- Le Management ainsi que la coordination de l'équipe marketing, rassemblant les chefs de produits, les e-marketeurs, les responsables marketing et les media planners,
- L'élaboration d'une analyse marketing basée sur le marketing MIX afin de définir les axes d'orientation et de développement de l'offre,
- La détection des nouvelles opportunités de marché,
- La construction de l'image de marque, du storytelling et du prix (en coordination avec le service commercial et la communication),
- Le Custom Relationship Management (CRM) ou la gestion de la relation client,
- La capacité d'orientation stratégique et de décision au sein du comité de direction,
- Une veille concurrentielle, un benchmark tout au long du processus marketing.
- Planification d'une stratégie tenant compte des nouveaux canaux de communication (innovation dans la relation client),
- Utilisation des outils de web analytics (exploitation des données de l'entreprise) : outils de tracking et d'analyse du trafic / taux de conversion / visibilité sur le web permettant une meilleure segmentation du marché,
- Déploiement des nouveaux médias de communication, sites internet, réseaux sociaux, fidélisation client, conversion des internautes, publicité online, accroissement de la visibilité et du trafic.

Stratégie : au coeur de l'innovation et du parcours d'achat, le CMO est l'instigateur de la stratégie de marque et d'acquisition de l'entreprise. En parallèle de cela, il doit identifier les KPIs métier à suivre les plus pertinents pour le business de l'entreprise.

Management : le CMO pilote tout le pôle marketing et doit structurer et piloter ses équipes dans le seul but d'atteindre les objectifs fixés.

Branding : le CMO est le garant de l'image de marque de l'entreprise et de la définition des éléments constitutifs de la marque.

5. CHAMP DE RELATIONS

En interne : Chief Executive Officer (CEO), Community Manager (CM), Chief Human Resources Officer (CHRO), Chief Technical Officer (CTO), Chief Operating Officer (COO).

En externe : Employeurs, Employés, Commerciaux chaînes radios et télévision, etc.

6. COMPETENCES

Savoir sur l'environnement professionnel :

- Leadership avec une maîtrise de techniques et de l'analyse marketing,
- Connaissance poussée de l'écosystème du marketing digital,
- Vision globale de l'entreprise comprenant les ressources humaines et la gestion, les finances et le management organisationnel ainsi que les législations en vigueur,
- Capacité d'analyse du marché et approche pertinente des enjeux sectoriels,
- Très bonne connaissance du secteur d'activité de l'entreprise,
- Excellente maîtrise des outils du marketing digital et de la communication,
- Veille et formations continue sur les nouvelles pratiques et outils du marketing.

Pour toutes ses raisons, une maîtrise impeccable de la langue anglaise ou d'une autre langue, en fonction de l'internationalisation de l'organisation, est requise.

Savoir-faire opérationnel :

- Avoir une forte capacité d'analyse des situations
- Maîtriser les techniques d'enquêtes et d'entretien
- Analyser, commenter, synthétiser et présenter des données
- Conduire un projet
- Maîtriser des outils informatiques (Excel, Word, Business Object) - Exploiter les médias sociaux
- Connaître les techniques de gestion financière appliquée à la masse salariale
- Animer et coordonner des réseaux internes

Savoir-faire comportemental :

- Avoir le sens de l'éthique et de la confidentialité
- Etre force de proposition
- Créativité,
- Rigueur,
- Esprit de synthèse,
- Pragmatisme.
- Etre autonome
- Etre disponible
- Avoir le sens de l'organisation
- Etre rigoureux
- Etre capable de travailler en équipe - Avoir le sens de l'écoute et du dialogue
- Etre capable de collaborer étroitement avec les différents services et directions de la société.

7. PROFIL

Formation : au minimum Diplôme de bac+3 ou équivalent en Marketing, Communication des organisations, Sciences commerciales ou tout autre domaine similaire.

Expérience : le Chief Marketing Officer détient une expérience de 5 à 10 ans dans le marketing. Il a idéalement été chef de produit ou même e-marketeur.

8. ELEMENTS DE REMUNERATION ET TYPE DE CONTRAT

Contrat : en alternance

Salaire : compétitif

Fait à Kinshasa, le 14/12/2022



Oracle BATANGA

Chief Executive Officer

Adresse: 228 b, Av.Isangi, Q.30 juin, Kinshasa-Lingwala



www.odc-rdc.com

+243 821026925



contacts.etsodc@gmail.com



+243 813884470