

Chef de service Marketing et communication

Identification	
Intitulé de l'Emploi : Responsable marketing stratégique (O125)	
Catégorie : A	Corps : Cadre d'exploitation
Direction : Télécoms	Unité organisationnelle (centre ou service) : Service Marketing et communication
Place dans l'organigramme : N-1	Nombre d'agents exerçant la fonction : 1 Nombre de postes à pourvoir : 1
Nb d'agents permanents encadrés : <ul style="list-style-type: none">• Directs : 3• Indirects : 12	
Missions	
<p>Missions du poste :</p> <p>Analyser, spécifier et dimensionner le dispositif organisationnel et humain permettant l'adaptation du catalogue de produits et services et le développement des ventes, dans une logique d'optimisation des marges et de satisfaction clients</p> <p>Procéder aux analyses et recommandations stratégiques en matière de positionnement cible de l'entreprise et de ses offres sur le marché Télécoms</p>	
<p>Responsabilités principales du poste :</p> <ul style="list-style-type: none">- Développer les niveaux de maîtrise des différentes fonctions au sein de son unité, inspirer, imposer et accompagner les comportements adéquats (prise d'initiative, accueil et conseils client, posture commerciale et entraide mutuelle)- Produire/faire produire/valider les outils, dispositifs et pratiques relatives aux activités du service- Inscrire ces dispositifs dans les politiques internes d'amélioration continue et de maîtrise des risques (cartographie des risques, procédures et plan d'actions)- Contrôler et piloter la bonne compréhension et application par les équipes de tous ces outils et dispositifs ainsi que les compétences nécessaires à leur mise en œuvre- organiser et piloter la veille marché, anticiper/prévoir les usages et comportements des consommateurs , spécifier ' le champ des possibles' et apporter un conseil stratégique en matière d'évolution attendue/prévisible- Conseiller pairs et hiérarchie en matière de stratégie, développement et commerce- Accompagner les forces de vente- Valider/établir les feuilles de routes stratégiques et opérationnelles du service- Garantir la qualité de services rendus- Définir les triplets objectifs / moyens /résultats sur le périmètre confié et en suivre la réalisation et adaptation- Garantir et rendre compte de la mise en œuvre de l'ensemble des moyens, ainsi que des résultats obtenus- Rendre compte de l'activité sur tous les volets, l'analyser et en proposer à sa hiérarchie les enseignements et recommandations- Apporter une contribution personnelle sur les sujets d'évolution/transformation/amélioration- S'approprier, mettre en œuvre et incarner les valeurs, les responsabilités et les pratiques managériales telles que spécifiées dans le référentiel managérial interne	
Compétences :	

Savoir / Connaissance / Certification /diplôme requis	Savoir-faire	Comportement professionnel
<ul style="list-style-type: none"> - Organisation et fonctionnement de l'OPT-NC - Plan stratégique - Produits et services de l'Office - Bases fondamentales du marketing, du développement et de la promotion d'une offre commerciale adaptée aux différents marchés (analyse de marché, marketing mix...) - Principes généraux d'établissement d'un business plan, d'un budget et de tarification d'une offre - Techniques de gestion de projet - Anglais 	<ul style="list-style-type: none"> - Manager - Analyser un contexte, un marché, un besoin - Identifier un enjeu - Proposer un plan d'action - Synthétiser des informations, des données - Prospecter un marché, une clientèle - Mobiliser - Argumenter - Conduire un projet - Travailler en réseau 	<ul style="list-style-type: none"> - Etre autonome - Avoir l'esprit d'équipe - Etre rigoureux - Sens de l'organisation - Etre persévérant - Sens de l'analyse - Esprit de synthèse - Aisance relationnelle - Faculté d'adaptation - Sens de l'innovation / créativité

