

# LES MÉTIERS DU **MARKETING** ET DE LA **COMMUNICATION** EN PAYS DE LA LOIRE



## AU NIVEAU NATIONAL

En 2018, **46** milliards d'euros investis dans la communication

**750 000** personnes travaillent dans l'information et la communication

**Les chiffres clés du marketing mobile en France : du e-commerce au m-commerce \***

**7** milliards d'euros générés par

**6** millions de consommateurs

\* C'est le commerce mobile qui s'appuie sur la technologie sans fil (tablettes, smartphones...)

## EN PAYS DE LA LOIRE

**2<sup>e</sup>** région de la vente en ligne après l'Île de France

**17 000** entreprises sur **186 000** vendent en ligne

**le e-commerce et le e-marketing** sont les 2 parcours principaux couverts par le numérique

Sources : agence webmarketing Jweb / Baromètre unifié du marché publicitaire BUMP / CI / Directe PDL

Le marketing consiste en l'analyse des besoins des consommateurs ou des usagers. La communication permet de mettre en œuvre l'ensemble des moyens d'action pour promouvoir les produits, les services, les entreprises publiques comme privées.



### MARKETING

L'étude et l'analyse des besoins des consommateurs ou des usagers passent par plusieurs étapes : l'analyse du marché, de la demande et de la concurrence, la définition des objectifs et des actions à mettre en œuvre.

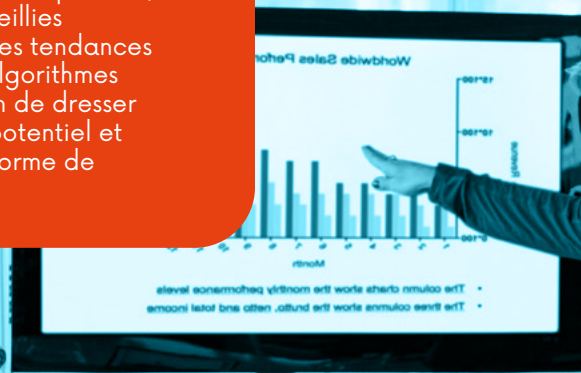


### COMMUNICATION

La communication est omniprésente dans notre société, de la pub TV pour un yaourt au communiqué de presse politique. Il s'agit de promouvoir un produit, un service ou de délivrer un message sur des supports médias divers, et adaptés aux publics visés.

## MARKETING, DATA SCIENCES ET DEEP LEARNING :

Grâce aux data sciences, les entreprises peuvent, à travers l'analyse des données recueillies (internauts et clients), déterminer des tendances et comportements complexes. Des algorithmes peuvent ensuite être développés afin de dresser un profil unique pour chaque client potentiel et proposer des offres adaptées, sous forme de réponses automatisées.



### Alexia, chef de produit

En dernière année d'école de commerce, Alexia a fait son stage chez un fabricant d'outils qui l'a recrutée comme chef de produit. Elle fait remonter les besoins du marché aux concepteurs avant de faire connaître les nouveautés aux consommateurs. « J'ai lancé une étude auprès d'utilisateurs de tondeuses, qui a débouché sur la conception et la commercialisation d'un accessoire innovant qui tond la pelouse et taille les bordures. Ce produit figure parmi nos meilleures ventes. »

# DES QUESTIONS ?

## « ÉCOLE OU UNIVERSITÉ ? »

De nombreuses filières d'études mènent aux métiers du marketing et de la publicité aussi bien à l'université qu'en écoles privées. Il y a des critères de choix à prendre en compte, parmi lesquels : la notoriété de l'école, la reconnaissance du diplôme au niveau national et international, mais également les coûts de scolarité qui peuvent parfois être élevés.

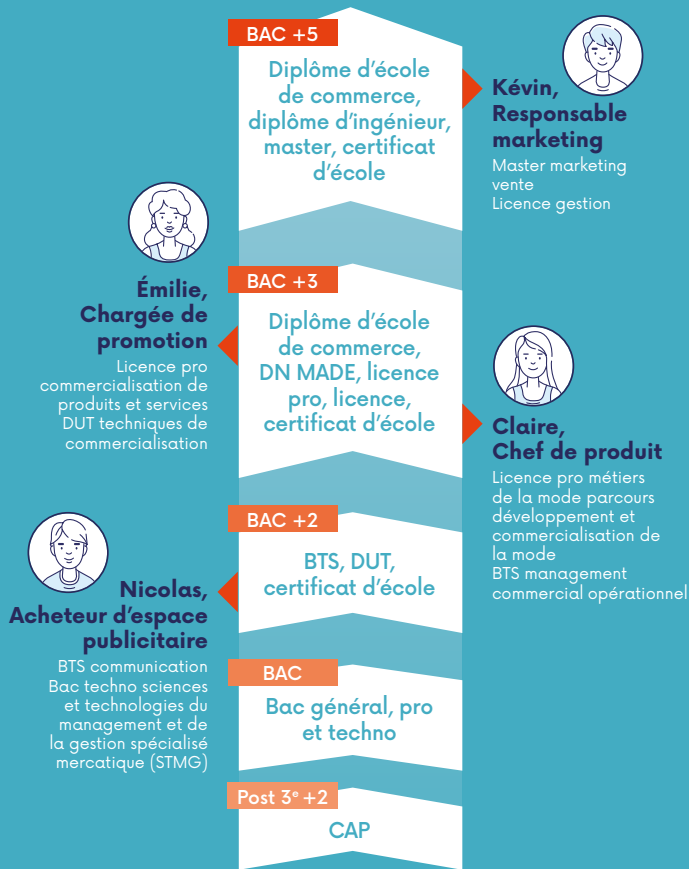
## « QUELS PROFILS ? »

Le boom du e-commerce et des réseaux sociaux, qui ont profondément modifié le comportement des consommateurs, ont également eu un impact sur les métiers du marketing et de la communication. Être à l'aise avec les outils numériques, avoir une bonne culture générale, être créatif, sont aujourd'hui des compétences indispensables pour les futurs professionnels du secteur.

## « L'APPRENTISSAGE, UN BON CHOIX ? »

Le principe ? L'apprenti alterne les cours et les périodes en entreprise, ses frais de scolarité sont pris en charge et il perçoit une rémunération. Tous les niveaux d'études sont concernés. Cette première expérience professionnelle sera déterminante au moment de chercher un 1<sup>er</sup> emploi.

# DES PARCOURS



# DES MÉTIERS



## MARKETING

### ■ Chargé d'études marketing

Les enquêtes, les entretiens, les visites en magasins lui permettent d'observer et d'analyser les comportements de la clientèle. Ses études sont le support pour définir une stratégie commerciale adaptée aux besoins.

### ■ Chef de produit

Il prépare et commande des études de marché pour évaluer les besoins et analyse l'offre proposée par la concurrence. Il définit le produit à créer et apporte sa réflexion sur la stratégie à adopter pour son lancement sur le marché.

### ■ Chargé de promotion

L'objectif de sa mission est d'augmenter les ventes tout en attirant de nouveaux consommateurs. Il prépare, anime et suit les actions de promotion. Il prend en compte et sait analyser les exigences de la clientèle.

### ■ Responsable marketing

Son travail consiste à définir la stratégie commerciale et marketing, à superviser et coordonner les différentes équipes dans une grande entreprise.



## COMMUNICATION

### ■ Acheteur d'espaces publicitaires & Chef de pub régie

L'un achète les espaces publicitaires pour son entreprise. L'autre les vend. Ces supports médias sont aussi divers que la télévision, la presse, l'affichage public ou internet.

### ■ Attaché de presse

Sa mission est de faire connaître une marque, un artiste, une entreprise, une collectivité auprès des journalistes. Pour ce faire, il rédige des communiqués, répond à des interviews et participe à des événements promotionnels.

### ■ Directeur artistique

Comment mettre en scène un nouveau produit ? Créatif, il répond à la stratégie de communication préalablement définie et conçoit l'identité visuelle ou artistique du produit. Il assure le suivi technique de la réalisation.

### ■ Media planner

Il prévoit et coordonne les campagnes publicitaires. Il choisit les supports médias, évalue le coût de la campagne et analyse son résultat.

**TOUS LES MÉTIERS SONT MIXTES !**

# DES FORMATIONS EN PAYS DE LA LOIRE

## ■ Acheteur d'espaces publicitaires

### NIVEAU BAC +2

BTS communication  
DUT techniques de commercialisation

### NIVEAU BAC +3

Licence pro technico-commercial

## ■ Attaché de presse

### NIVEAU BAC +2

BTS communication

### NIVEAU BAC +3

Licence information-communication  
Responsable de communication <sup>(1)</sup>

## ■ Chargé d'études marketing

### NIVEAU BAC +5

Diplôme de l'École supérieure des sciences commerciales d'Angers <sup>(2)</sup>  
Master marketing, vente

## ■ Chargé de promotion

### NIVEAU BAC +2

BTS management commercial opérationnel  
DUT techniques de commercialisation

### NIVEAU BAC +3

Licence pro commercialisation de produits et services parcours marketing des services  
Responsable en marketing, commercialisation et gestion (EGC) <sup>(1)</sup>

## ■ Chef de produit

### NIVEAU BAC +3

Licence pro métiers de la mode parcours développement et commercialisation de la mode  
Licence pro métiers du commerce international parcours marketing et commerce international des vins de terroir

### NIVEAU BAC +5

Diplôme d'ingénieur de l'École supérieure d'agriculture (majeure commerce et marchés internationaux)  
Master management et commerce international parcours management international et marketing

## ■ Concepteur rédacteur

### NIVEAU BAC +2

DUT information-communication option communication des organisations

### NIVEAU BAC +3

Licence pro métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation web

## ■ Directeur artistique

### NIVEAU BAC +3

DN MADE mention événement spécialité communication de marque

### NIVEAU BAC +5

Diplôme de design de l'École de design Nantes Atlantique (espace, graphisme, interactivité, produit) <sup>(2)</sup>

## ■ Manager e-CRM

### NIVEAU BAC +3

Licence pro e-commerce et marketing numérique

### NIVEAU BAC +5

Master marketing, vente

## ■ Media planner

### NIVEAU BAC +5

Diplôme de responsable communication et médias <sup>(2)</sup>  
Diplôme d'Audencia programme grande école <sup>(2)</sup>

## ■ Responsable marketing

### NIVEAU BAC +3

Diplôme de responsable du marketing et du développement commercial (bachelor IDRAC) <sup>(2)</sup>

### NIVEAU BAC +5

Master marketing vente  
Master management et administration des entreprises parcours marketing des produits et service de santé

## ■ Traffic manager

### NIVEAU BAC +2

BTS management commercial opérationnel  
DUT métiers du multimédia et de l'internet  
DUT informatique

### NIVEAU BAC +3

Licence pro e-commerce et marketing numérique

<sup>(1)</sup> Titre d'école inscrit au répertoire national des certifications professionnelles (RNCP)

<sup>(2)</sup> Formation visée par l'État

# POUR ALLER + LOIN

■ Découvrez le nouveau site de l'orientation  
en région des Pays de la Loire  
sur [choisirmonmetier-paysdelaloire.fr](http://choisirmonmetier-paysdelaloire.fr)

---

■ Retrouvez toutes les publications de l'Onisep  
(collection Parcours, collection Dossier...)  
sur [onisep.fr](http://onisep.fr)

---

■ Visualisez votre futur métier en 3D dans  
**l'Orientibus**, qui sillonne les routes des Pays  
de la Loire



PEFC  
10-31-1821



Agences pour  
le recyclage des  
papiers avec  
la Région des  
Pays de la Loire  
et Esabato.

Production éditoriale élaborée dans le cadre d'un partenariat  
entre la délégation régionale de l'ONISEP et la Région des  
Pays de la Loire - Juin 2020 - © Photo de couverture :  
Gettyimages, Courtneyk

