

Marketer l'offre et communiquer

Finalité

Mettre en place toutes les actions marketing et de communication nécessaires :

- à la promotion des produits et services d'Aareon
- au développement de la notoriété et de l'image de marque d'Aareon France
- à la génération de leads (MQL et SQL)

Indicateurs

- Nombre de MQL générés par année et par produit
- Taux de conversion entre MQL et SQL
- Pourcentage de satisfaction vis-à-vis des sources de communication
- Pourcentage de satisfaction vis-à-vis de l'image et de la réputation

Pilote

Responsable Marketing

Données d'entrée

- Stratégie d'entreprise, politique qualité, stratégie commerciale marketing, stratégie produits, objectifs annuels, budget (diriger et piloter l'entreprise)
- Charte graphique et branding (Groupe)
- Supports de marketing/ communication pour les produits communs au niveau du groupe (Groupe)
- Guides utilisateurs et concepteurs, plan de production, roadmap produits, liste des réunions de travail à organiser (réaliser des logiciels)
- Produits et services commandés par le marketing (gérer les achats)
- Informations liées à la signature d'un projet (commercialiser l'offre, traiter les besoins de prestations)
- Fins de projets, bilans, clients à interviewer (traiter les besoins de prestation)
- Liste des événements à organiser (commercialiser l'offre, traiter les besoins de prestations)

Activités principales

- Etablir le plan marketing
- Piloter les campagnes marketing de génération de leads et la production de contenus associés
- Gérer le marketing produit / service pour les produits existants ou pour les lancements de nouveaux produits (plaquettes produits, fiches produits, témoignages clients, vidéos...)
- Gérer le marketing digital (web, email, réseaux sociaux)
- Piloter la communication Corporate et les actions de marque employeur (plaquette d'entreprise, communication presse et réseaux sociaux, charte graphique)
- Gérer l'activité événementielle (salons, réunion de travail, Digital Academy, convention, webinars,...)
- Piloter la communication interne et l'organisation des séminaires internes

Données de sortie

- Résultats des campagnes LeadGen (commercialiser l'offre)
- Plan d'actions promotion produits / supports de vente et de communication produits (commercialiser l'offre)
- Résultats de l'enquête de satisfaction clients (diriger et piloter l'entreprise)
- Communications Web, emailings, réseaux sociaux (clients)
- Communications Yammer, Runways, intranet, emails internes (tous les processus)
- Événements clients (clients / commercialiser l'offre)
- Événements collaborateurs (tous les processus)
- Liste des prestataires (achats)
- Reportings / KPI marketing (diriger et piloter l'entreprise)