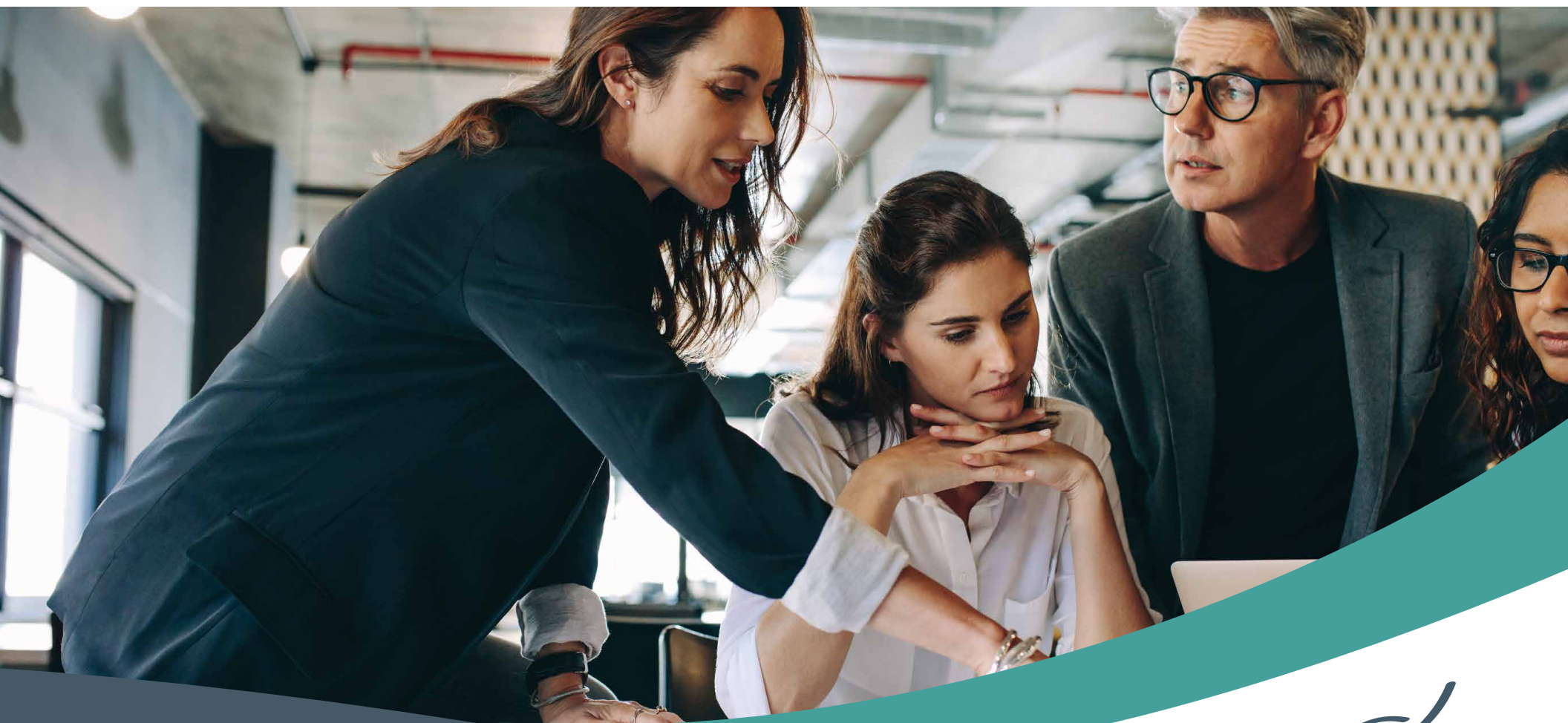


Directeur(trice) du marketing

Résumé de la norme professionnelle nationale



BIOTALENT CANADA

BioTalent Canada soutient les gens derrière la science essentielle. Reconnue comme la source incontournable de renseignements sur le marché du travail, nous guidons les intervenants de la bioéconomie avec des données factuelles et des normes axées sur l'industrie. Nous nous efforçons de catalyser l'intelligence en bioéconomie, de combler le fossé entre les talents prêts à l'emploi et les employeurs et d'assurer l'agilité, la résilience et la durabilité de l'un des secteurs les plus vitaux du Canada.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez consulter le site biotalent.ca/fr.

BioTalent Canada^{mc}, Le PetriDish^{mc}, Biocompatibilité^{mc} et BioFin Prêt^{mc} sont des marques de commerce enregistrées de BioTalent Canada. BioTalent^{mc} est une marque de commerce de BioTalent Canada.

Définition de la profession | **Directeur(trice) du marketing**

Les directeurs du marketing élaborent et mettent en œuvre les stratégies de marketing qui permettent à leur organisation d'atteindre ses objectifs et de servir ses clients. Ils supervisent les activités stratégiques et tactiques d'une fonction de marketing, qui peut comprendre des spécialistes de l'image de marque, des prévisions de ventes, des études de marché, du marketing numérique, de la publicité et de la rédaction, des promotions, de la planification de campagnes et de la budgétisation, la tarification, etc., ainsi que les agences externes et les services contractuels.

Les directeurs du marketing participent aux activités de recherche afin de mieux comprendre les besoins et les attentes des clients et d'élaborer des stratégies pour améliorer l'expérience client et influencer le développement de services et produits futurs. Ils contribuent aux plans stratégiques et aux objectifs de l'organisation, en y insufflant leur compréhension du comportement des clients et du marché de manière à influencer les objectifs en matière de revenus, le développement des nouveaux produits et l'amélioration des produits existants durant tout leur cycle de vie.

Selon la taille de l'organisation, les directeurs du marketing peuvent jouer un rôle important dans les activités de communication de l'organisation, y compris les initiatives de sensibilisation, les campagnes ciblant directement les clients, ainsi que la planification et l'exécution d'événements.

Leur travail éclaire et appuie l'élaboration des stratégies de vente et de développement d'affaires, de même que le fonctionnement quotidien de l'organisation des ventes afin de générer des revenus pour l'entreprise.

Remarque :

Les termes marketing, ventes et développement commercial sont souvent utilisés de façon interchangeable, mais leur but et leurs processus sont différents :

- Les ventes comprennent les processus directement associés aux transactions et à l'échange de valeur entre l'organisation et ses clients.
- Le développement des affaires comprend les processus ayant trait à l'établissement d'une relation entre une entreprise et des investisseurs/collaborateurs, entre des entreprises ou avec des clients potentiels.
- Le marketing est une fonction stratégique qui englobe les processus permettant de déterminer la meilleure façon de tirer parti des capacités de l'organisation et de les promouvoir, et de communiquer efficacement ce message aux intervenants externes.

Niveau d'éducation, de formation ou de diplôme requis

Niveau d'études requis typique	Secondaire	Collégial	Baccalauréat	Maîtrise	Doctorat
Expérience de départ typique	0 à 5 ans	5 à 10 ans	10 à 15 ans	15 à 20 ans	20 ans et plus

- Un diplôme de premier cycle en affaires, en marketing ou dans un domaine relié (un diplôme d'études supérieures, p. ex. un MBA, peut être souhaitable)
- Compréhension de la science sous-jacente associée aux produits ou aux services de l'organisation
- Au moins 3 à 5 ans d'expérience progressive dans la fonction marketing au sein de la bioéconomie
- Des certificats ou des titres de compétences en marketing, en affaires ou en communications sont un atout.

Ce poste s'exerce dans les sous-secteurs suivants :

S'applique à	Biosanté	Agrobiotechnologie	Bio-industrie	Bioénergie
--------------	----------	--------------------	---------------	------------

Le niveau de complexité du poste est :

Étendue des niveaux de complexité	Fondamental	Opérationnel	Spécialiste/gestionnaire	Expert/cadre
-----------------------------------	-------------	--------------	--------------------------	--------------

CADRE DE COMPÉTENCES POUR LE DIRECTEUR DU MARKETING

Compétences	Niveau de complexité			
	1 Fondamental	2 Opérationnel	3 Spécialiste/ gestionnaire	4 Expert/ cadre
De base				
Étude et connaissance approfondie des marchés				
Approche client				
Stratégie de marketing – Élaboration				
Techniques				
Stratégie de marque				
Gestion de marque				
Gestion de l'expérience client				
Intégration des technologies de marketing				
Gestion de produit				
Marketing de canal et de partenariat				
Gestion d'équipe				
Gestion financière				
Réglementaires du secteur				
Gestion du risque et de la réputation				

Compétences	Niveau de complexité			
	1 Fondamental	2 Opérationnel	3 Spécialiste/ gestionnaire	4 Expert/ cadre
Personnelles et professionnelles				
Communication verbale				
Communication écrite				
Présentations				
Travail d'équipe et collaboration				
Leadership				
Résolution de problèmes				

Compétences de base

Étude et connaissance approfondie des marchés

Applique sa compréhension des marchés et des clients permettant d'acquérir une connaissance approfondie des tendances futures, et utilise ces renseignements pour élaborer des stratégies de marketing et influencer le comportement d'entreprise afin d'optimiser le rendement de l'organisation.

Approche client

Se fait le porte-parole du client au niveau stratégique de l'organisation afin d'influencer les nouveaux produits et services ainsi que les caractéristiques nouvelles ou mises à niveau pour les produits et services existants, et défend les intérêts du marché et des clients pour influencer les manières dont l'organisation crée et fournit de la valeur.

Stratégie de marketing – Élaboration

Applique sa compréhension des tendances du marché pour orienter la stratégie de l'entreprise du point de vue du marketing et traduit les objectifs de l'entreprise en plans de marketing efficaces qui aident l'organisation à atteindre ses objectifs commerciaux.

Compétences techniques

Stratégie de marque

Applique sa connaissance du comportement des clients et des tendances du marché pour élaborer des stratégies de marque pour l'organisation et les produits particuliers qui trouvent un écho dans le marché et contribuent à la réputation et au positionnement favorables de l'entreprise.

Gestion de marque

Applique sa connaissance du comportement des clients, des tendances du marché et de l'information commerciale stratégique pour assurer une application cohérente de la stratégie de marque de l'organisation dans toutes les gammes de produits et services afin de protéger et d'améliorer l'image et le positionnement de l'organisation.

Gestion de l'expérience client

Applique des approches basées sur des données probantes pour articuler des processus d'entreprise permettant d'établir et de maintenir l'expérience client dans toutes les gammes de produits et durant tout le cycle de vie des produits.

Intégration des technologies de marketing

Applique sa compréhension des marchés, des clients et de la technologie pour influencer l'élaboration des stratégies et processus numériques organisationnels (y compris l'incidence prévue du numérique sur la structure, la valorisation de marque, la culture, l'expérience client et le positionnement stratégique de l'organisation), et met en œuvre une stratégie numérique qui harmonise les objectifs de l'entreprise avec les besoins et les attentes des clients.

Gestion de produit

Applique une compréhension approfondie des tendances et des comportements du marché afin de positionner les produits actuels pour une performance optimale durant tout leur cycle de vie, et afin d'éclairer les futures améliorations aux produits existants et le développement de nouveaux produits.

Marketing de canal et de partenariat

Applique sa connaissance du marché et des intervenants externes de l'organisation pour développer et gérer les canaux et partenariats appropriés afin de répondre à l'évolution des besoins des clients et des objectifs d'affaires et d'optimiser la performance de l'organisation.

Gestion d'équipe

Applique des techniques efficaces de leadership et de gestion des personnes, ainsi qu'une compréhension de la dynamique humaine, pour diriger l'organisation de marketing et en assurer l'efficacité.

Gestion financière

Applique son sens aigu des affaires et sa compréhension des pratiques financières et comptables pour élaborer et gérer le budget du service et veiller à ce que les activités de marketing soient conformes aux processus et aux normes de gestion financière de l'organisation.

Compétences réglementaires sectorielles

Gestion du risque et de la réputation

Applique sa compréhension du marché et de l'environnement réglementaire pour cerner et gérer les risques pour la réputation

Compétences personnelles et professionnelles

Communication verbale

Applique des processus de communication verbale efficaces pour présenter des concepts complexes d'une manière claire et convaincante qui garantit la compréhension, la prise de mesures appropriées et la réussite du projet.

Communication écrite

Utilise des compétences de rédaction efficaces pour présenter des sujets complexes d'une manière claire et convaincante qui assure la compréhension, la prise de mesures appropriées et la réussite du projet.

Présentations

Élabore et offre des présentations efficaces et bien structurées à des publics au sein ou à l'extérieur de l'organisation, en utilisant un contenu et un style adaptés au public visé.

Travail d'équipe et collaboration

Applique de solides processus de travail d'équipe pour favoriser la coopération et la collaboration entre divers groupes d'intervenants internes et externes, permettant une exécution de projet efficace et efficiente, une résolution de problèmes créative et efficace.

Leadership

Fait preuve de responsabilité personnelle à l'égard des résultats de l'équipe et fournit des conseils et du soutien aux membres de l'équipe par l'encouragement et la communication.

Résolution de problèmes

Applique sa connaissance du domaine et utilise des techniques efficaces de résolution de problèmes pour cerner et quantifier les problèmes, comprendre leur cause profonde, élaborer et analyser des solutions possibles, et sélectionner la solution la plus adaptée pour résoudre les problèmes avec succès.

UTILISEZ LES NORMES PROFESSIONNELLES NATIONALES POUR :

- ✓ Élaborer une description de poste
- ✓ Définir la progression de carrière et la succession
- ✓ Planifier le développement professionnel
- ✓ Évaluer la rémunération

Pour consulter les normes professionnelles nationales détaillées, visitez biotalent.ca/NPN

Projet financé par le Programme d'appui aux initiatives sectorielles du gouvernement du Canada. 

Les opinions et les interprétations exprimées dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles du gouvernement du Canada.

© 2022 BioTalent Canada. Il est interdit de reproduire ou de distribuer cette publication, en tout ou en partie, sans l'autorisation expresse de BioTalent Canada.

BioTalent Canada^{MC}, Le PetriDish^{MC}, Biocompatibilité^{MC} et BioFin Prêt^{MC} sont des marques de commerce enregistrées de BioTalent Canada. BioTalent^{MC} est une marque de commerce de BioTalent Canada. Septembre 2022.

biotalent.ca/fr

 facebook.com/biotalentcanada

 twitter.com/BioTalentCanada

 linkedin.com/company/biotalent-canada

 youtube.com/user/BioTalentCanada

