



# Description de poste : MARKETEUR

## Sommaire

[Votre mission et son importance au sein de l'équipe](#)

[Votre mission](#)

[Comment vous ferez la différence](#)

[Vos relations avec l'équipe - impacts directs et indirects de votre rôle](#)

[« Passage de relais »](#)

[Chevauchements](#)

[Dépendances](#)

[Vos responsabilités et votre champ d'initiative](#)

[À savoir avant de déposer votre candidature](#)

[Valeurs](#)

[Initiative](#)

[Procédures et systèmes](#)

[Ce que nous recherchons](#)

[Les résultats attendus de votre rôle au cours de la première année](#)

[Nos critères du succès -les indicateurs de performance de votre rôle](#)

[Les responsabilités et priorités de votre rôle](#)

[Les attitudes attendues de votre part](#)

[Régularité](#)

[Prise de décision](#)

[Gestion de projet \(mesure des résultats\)](#)

[Ce poste est-il pour vous ?](#)

[Disponibilité et conditions de travail](#)

[Comment postuler](#)

## **Votre mission et son importance au sein de l'équipe**

### **Votre mission**

Votre mission est de créer et maintenir les systèmes qui nous permettent de vendre, jour après jour, nos produits et services à une clientèle toujours plus grande.

### **Comment vous ferez la différence**

Votre rôle est crucial : notre entreprise fournit à nos clients un service unique ; mais il ne suffit pas d'avoir inventé un produit révolutionnaire pour le vendre.

Le but de votre fonction est de nous aider à faire connaître nos produits et services, aux personnes qui sont entrées dans « notre monde » via le biais de notre newsletter email.

## **Vos relations avec l'équipe - impacts directs et indirects de votre rôle**

### **« Passage de relais »**

La fonction Marketing (votre rôle) est en liaison directe avec d'autres départements. Vous devrez notamment, quand vous préparez une nouvelle campagne, tenir informé le SAV, l'équipe Fidélisation/commerciale, et l'équipe technique, de ce que vous prévoyez. Ainsi l'équipe technique vous aidera pour la mise en place, et les équipes SAV et Fidélisation sauront comment communiquer avec les clients qui ont des questions.

### **Chevauchements**

Actuellement, c'est Sébastien (Le Marketeur Français) qui exécute vos fonctions. Au début de votre prise en charge du rôle marketing, vous serez donc encadré et formé par Sébastien pour vous assurer un démarrage efficace. Il vous passera progressivement le relais, et vous resterez en liaison quotidienne puis hebdomadaire avec lui pour un suivi régulier des projets en cours.

## Dépendances

Parce que vous êtes dépendant de l'équipe Technique pour l'exécution concrète des plans marketing, vous avez un accès prioritaire à cette ressource et nous vous fournirons la marche à suivre pour déléguer les tâches techniques.

Parce que l'équipe Commerciale est dépendante de vous, il faudra tenir à jour l'agenda des promotions à venir (avec 60 jours d'avance) et le listing des offres spéciales en vigueur.

## **Vos responsabilités et votre champ d'initiative**

### À savoir avant de déposer votre candidature

Tout d'abord, nous préférons vous faire gagner du temps en vous permettant de savoir tout de suite si vous pouvez convenir à ce poste ou non :

#### *Valeurs*

Nous ne pouvons pas travailler avec quelqu'un qui ne respecte pas et n'applique pas les valeurs que nous défendons.

Elles sont énoncées ici:

- <http://lemarketeurfrancais.com/cgv-objectif>
- et ici : <http://lemarketeurfrancais.com/cgv-principes>)

Notre ligne de conduite: si vous pensez que le marketing, c'est raconter de belles histoires (pas nécessairement vraies) en espérant attraper quelques « pigeons »... alors passez votre chemin.

#### *Initiative*

Si vous vous considérez comme un simple exécutant, et que vous attendez simplement qu'on vous donne des consignes pas-à-pas, vous allez détester travailler avec nous. Nous donnons une grande autonomie à chaque membre de l'équipe pour exécuter ses missions et mener ses projets à terme. Et en échange de cette autonomie, nous voulons des résultats, pas des excuses.

### *Procédures et systèmes*

D'un autre côté, si vous êtes un champion de l'improvisation et si vous détestez travailler dans un cadre... si le mot « procédure » vous hérissé... vous allez perdre vos cheveux en quelques jours chez nous.

Chaque tâche répétitive doit être décrite au sein d'une procédure, et il est de votre ressort de maintenir les procédures qui correspondent à votre rôle.

Si Sébastien ou un autre membre de l'équipe vous propose un changement dans la façon d'effectuer telle ou telle mission, son dernier commentaire sera toujours - « et ajoute cela à ta procédure, s'il te plaît ». Et nous attendons de votre part que ce changement soit répercuté tout de suite, et qu'on n'ait pas besoin de vous le redire une autre fois (puisque les missions doivent suivre leur procédure.. et que votre procédure est censée être à jour).

### *Ce que nous recherchons*

Vous devez avoir à coeur de mener vos projets jusqu'au bout. Vous devez être un « finisseur » et venir à bout des derniers 10% qui donnent parfois l'impression de représenter 90% de plus.

Notre calendrier marketing est serré. Si vous êtes bloqué, ou si un projet n'avance pas à la vitesse prévue, vous devez proactivement faire remonter cette information. Les bonnes nouvelles sont OK, les mauvaises nouvelles sont OK, mais si vous ne donnez pas de nouvelles, et que le projet est en retard, cela handicape toute l'équipe.

## **Les résultats attendus de votre rôle au cours de la première année**

### Projetons-nous un an dans l'avenir :

- Vous avez adopté les valeurs clefs de notre entreprise - incluant une volonté constante de développement personnel et d'amélioration de vos compétences.
- Vous avez pris en main la rédaction d'emails quotidiens à nos abonnés par email - sous les conseils de notre directeur marketing, vous avez progressé et développé vos compétences de rédaction (copywriting) ; vous avez

acquis un style distinctif qui résonne avec celui que nous utilisons dans nos communications avec nos clients.

- Vous avez mis en place et renforcé des séquences marketing solides et automatisées qui accompagnent nos prospects fraîchement inscrits à la newsletter jusqu'à devenir des clients, puis continuent la relation avec ces clients pour en faire des fans.
- Vous avez été une force de proposition au sein de l'équipe pour suggérer des idées stratégiques et des campagnes qui continuent de nous démarquer et d'apporter toujours davantage de valeur à nos clients.
- Grâce à vos efforts combinés à ceux du reste de l'équipe, nous avons accéléré notre croissance, tout en faisant grimper la « valeur par client » et en fidélisant notre clientèle actuelle.

## **Nos critères du succès : les indicateurs de performance de votre rôle**

### **Les responsabilités et priorités de votre rôle**

- Rédiger et envoyer deux emails par jour (l'un pour notre newsletter principale, l'autre pour notre newsletter spécialisée).
- Tenir à jour notre calendrier marketing afin que nos campagnes et promotions soient planifiées au moins 60 jours à l'avance.
- Créer des supports marketing (exemple: powerpoint pour une webconférence ; texte de la plaquette PDF présentant notre séminaire)
- Préparer le « premier jet » des scripts de vidéo de vente ou de pré-lancement, en vous basant sur les instructions détaillées fournies par Sébastien.

### **Les attitudes attendues de votre part**

#### ***Régularité***

Deux emails doivent partir chaque jour (l'un pour notre newsletter principale, l'autre pour notre newsletter spécialisée). Nous devons donc pouvoir compter pour vous pour fournir et programmer ces emails avec la régularité d'une horloge suisse !

### ***Prise de décision***

Vous devez être en mesure de vous mettre dans la peau du client et de prendre la décision qui apportera le plus de valeur au client. Si vous avez un doute sur le ciblage d'un email sur telle ou telle liste, vous devez comprendre les implications d'envoyer l'email à une personne inscrite à cette liste: cet email est-il pertinent ? est-ce le 3e email qu'elle recevra ce jour-là ? etc.

### ***Gestion de projet (mesure des résultats)***

Nous vous confierons des projets et des campagnes à exécuter (le plus souvent avec des modèles à suivre issus de nos formations ou de celles de nos partenaires)

## **Ce poste est-il pour vous ?**

Cette fonction est pour vous si :

- Vous êtes une personne d'action : vous savez que le plan le plus parfait du monde ne vaut rien s'il n'est pas mis à exécution,
- Vous comprenez qu'on ne peut pas travailler « en isolation » et que chaque membre de l'équipe impacte les autres; vous comprenez l'importance de communiquer avec les membres des autres départements de l'entreprise avec transparence, afin d'être sur la même longueur d'onde face au client ;
- Vous êtes prêt(e) à prendre la responsabilité des projets qui vous sont confiés, et à prendre des décisions de façon autonome pour vous assurer que ces projets sont menés à bien,
- Vous appréciez l'idée d'être la personne « dans les coulisses » d'un grand projet. Vous savez contribuer à un objectif commun pour réaliser avec excellence votre partie d'un tout, et ce, même si vous n'êtes pas la personne « sous le feu des projecteurs » ;
- Vous aimez travailler au sein d'un cadre rigoureux ; avoir des procédures et des meilleures pratiques en place, pour que la qualité du travail fourni soit sans cesse meilleure ;
- Vous êtes sans cesse dans une démarche d'amélioration ; et pour cela, vous suivez avec précision les résultats de votre travail et des campagnes marketing que vous mettez en place, pour mesurer leur efficacité et pouvoir les améliorer ;
- Vous cherchez une opportunité de travailler avec les meilleurs ; de vous impliquer pour le long terme dans une équipe performante ; de donner le

meilleur de vous-même et de sans cesse apprendre et grandir ; de voir l'impact de votre travail en soutenant des valeurs et des produits en lesquels vous croyez ;

- Et, bien sûr, vous comprenez les principes fondateurs du marketing direct et maîtrisez les outils de marketing et de communication en ligne.

## Disponibilité et conditions de travail

Il s'agit d'un poste à temps plein.

Vous travaillerez de chez vous.

La rémunération est à discuter lors de l'entretien d'embauche.

## Comment postuler

Envoyez-nous un email à [recrutement@toutchange.fr](mailto:recrutement@toutchange.fr) avec les 4 éléments suivants (nous ne prendrons pas en compte les candidatures incomplètes) :

- Votre CV
- Une lettre de présentation expliquant :
  - votre parcours
  - vos intérêts
  - une liste des 3 derniers livres ou articles Marketing que vous avez lus
  - les raisons qui vous font de vous le (ou la) candidat(e) idéal(e)
- 2 ou 3 exemples de vos précédents travaux (ex : page de vente, vidéo de vente, emails...)
- Votre disponibilité (à partir de quand êtes-vous disponible pour ce poste ?)