



CHARGÉ.E DE MARKETING DIGITAL

MARKETING

→ Webmarketeur.se

→ Chargé.e de communication web



VOTRE MISSION

Le.la chargée.e de marketing digital déploie et organise la communication numérique de l'entreprise et des produits avec ses partenaires internes et externes.

Il.elle s'assure de la présence de l'entreprise sur Internet en valorisant l'identité et l'image de marque, en cohérence avec la stratégie de communication globale.



VOTRE QUOTIDIEN

- Réalisation d'une veille des marchés, technologies et contenus e-media, tendances et typologies des prospects et clients
- Définition et déploiement de la stratégie de marketing digital en déclinaison en plan d'actions
- Conception et pilotage des campagnes médias-web et événements en ligne après ciblage des supports digitaux à privilégier
- Développement de l'animation web, optimisation du référencement et animation des partenariats
- Recherche et coordination des relations avec les prestataires et fournisseurs web
- Analyse de l'activité par la mesure du trafic, l'enrichissement de la base de données des utilisateurs et le reporting des indicateurs de performance

→ Chargé.e de la stratégie digitale

- Identification des axes d'optimisation et amélioration continue de l'activité du point de vue de l'ergonomie et parcours clients



VOS ATOUTS

- Savoir concevoir et déployer une stratégie de marketing digital
- Être capable de proposer des contenus en fonction de l'actualité de l'entreprise et des dispositifs médicaux
- Bien connaître les supports digitaux et les réseaux sociaux
- Être capable d'optimiser le référencement de l'entreprise
- Maîtriser les outils de communication digitale (création, animation sur les réseaux sociaux, web analysis...)
- Avoir de fortes capacités d'analyse et faire preuve de curiosité et créativité
- Savoir créer du contenu sur les différents supports de communication digitale
- Avoir le sens de l'organisation, savoir prioriser et se montrer réactif
- Maîtriser l'anglais technique lié au métier et au dispositif médical



CHARGÉ.E DE MARKETING DIGITAL

MARKETING



VOTRE PROFIL

Ce métier est ouvert aux jeunes diplômés

Formation

Bac +4/5 En marketing ou communication complété par de la formation continue en marketing et communication digitale / social média / UX design

Bac +5 Master en communication ou marketing digital

Une connaissance du secteur du dispositif médical ou des industries de santé est un plus



ZOOM SUR LE SECTEUR DU DM EN FRANCE (2021)

Les dispositifs médicaux (DM) sont de très nombreux produits à usage individuel ou collectif : aides techniques, implants actifs et non actifs, optique, matériel à usage unique, textiles techniques, imagerie médicale, dispositifs anesthésiques et respiratoires, mobilier, robotique chirurgicale, logiciels...



+ de 1400
entreprises



88 000
emplois directs



93% de PME
françaises ou filiales
de groupes internationaux



30,7 Mds
de chiffre d'affaires
dont 10 milliards à l'export

PLUS D'INFORMATIONS SUR CE MÉTIER

Retrouvez l'intégralité de la fiche métier sur le site du Snitem snitem.fr.
Consultez aussi le site de l'Institut des Métiers et Formations des Industries de Santé imfis.fr.