



Les temps forts du programme chargé de développement commercial et digital

ANALYSER LE MARCHÉ ET LES BESOINS DE L'ENTREPRISE

- Positionner l'entreprise dans son environnement économique, social, technique, environnemental et juridique
- Mener une analyse concurrentielle en identifiant les acteurs du marché (concurrents, partenaires et clients, directs et indirects)
- Identifier les besoins et les priorités des consommateurs du marché
- Participer à la construction de la stratégie commerciale et digitale de l'entreprise

ELABORER UN PLAN D'ACTION COMMERCIAL ET DIGITAL

- Déterminer des objectifs opérationnels et concevoir un plan d'action commercial omnicanal et digital adapté
- Établir une feuille de route pour le déploiement commercial et digital en choisissant une méthode adaptée aux consommateurs cibles
- Définir et appliquer le cadre réglementaire des actions, dans ses dimensions juridiques, sécuritaires et de protection des données
- Présenter et défendre le plan d'action commercial et digital, ainsi que le budget et le planning associés
- Élaborer un tableau de bord et des outils de suivi

DEVELOPPER LA RELATION CLIENT ET EVALUER L'EFFICACITÉ LA POLITIQUE D'ACTION COMMERCIALE ET DIGITALE

- Piloter et gérer le process de mesure des performances de la satisfaction et de l'expérience client
- Développer une politique de fidélisation d'un portefeuille clients
- Mesurer les retombées quantitatives et qualitatives du plan d'action commercial et digital
- Participer à l'amélioration des stratégies commerciales et digitales en fonction des résultats obtenus

ASSURER LE MANAGEMENT OPERATIONNEL DES EQUIPES ACTIVITE

- Piloter, superviser et coordonner le déploiement par les équipes opérationnelles
- Animer, former et motiver les équipes
- Évaluer la performance des équipes