

Les fiches métiers

1. Missions

- Définir un plan d'action annuel constitué des actions de communication à mettre en œuvre, des prestataires extérieurs à mobiliser ou encore des acteurs à faire intervenir.
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie numérique respectant le budget alloué.
- Être le référent de la stratégie webmarketing et piloter les projets numériques et les équipes associées.
- Effectuer une veille stratégique pour analyser les tendances du moment.
- Animer et gérer les réseaux sociaux de l'entreprise.

2. Formations

- Il existe de nombreuses formations qui permettent de s'orienter vers le poste de Digital Marketing Manager, mais il faut au moins poursuivre ses études jusqu'au Bac +3 :
 - Bac +3 : Licence pro Marketing, Bachelor en Management du Sport comme AMOS.
 - Bac +5 : Master de webmarketing, Écoles d'événementiel, Écoles spécialisées en Management du sport comme AMOS.
- Il est aussi possible d'évoluer vers ce métier après avoir travaillé comme chef de produit web, responsable média ou encore chef de produit digital.

3. Débouchés

- Après quelques années, le Digital Marketing Manager peut évoluer vers les postes de Directeur du marketing digital ou de Directeur de la stratégie digitale.

4. Salaire

- Le salaire varie en fonction de l'expérience et de la structure.
- En moyenne, il est d'environ 3500 euros brut/mois par mois pour un débutant, et d'environ 4200 euros brut/mois pour un salarié expérimenté.

5. Les + à avoir

- Être créatif.
- Maîtriser l'anglais.
- Avoir des qualités managériales.
- Avoir une très bonne connaissance du web.

