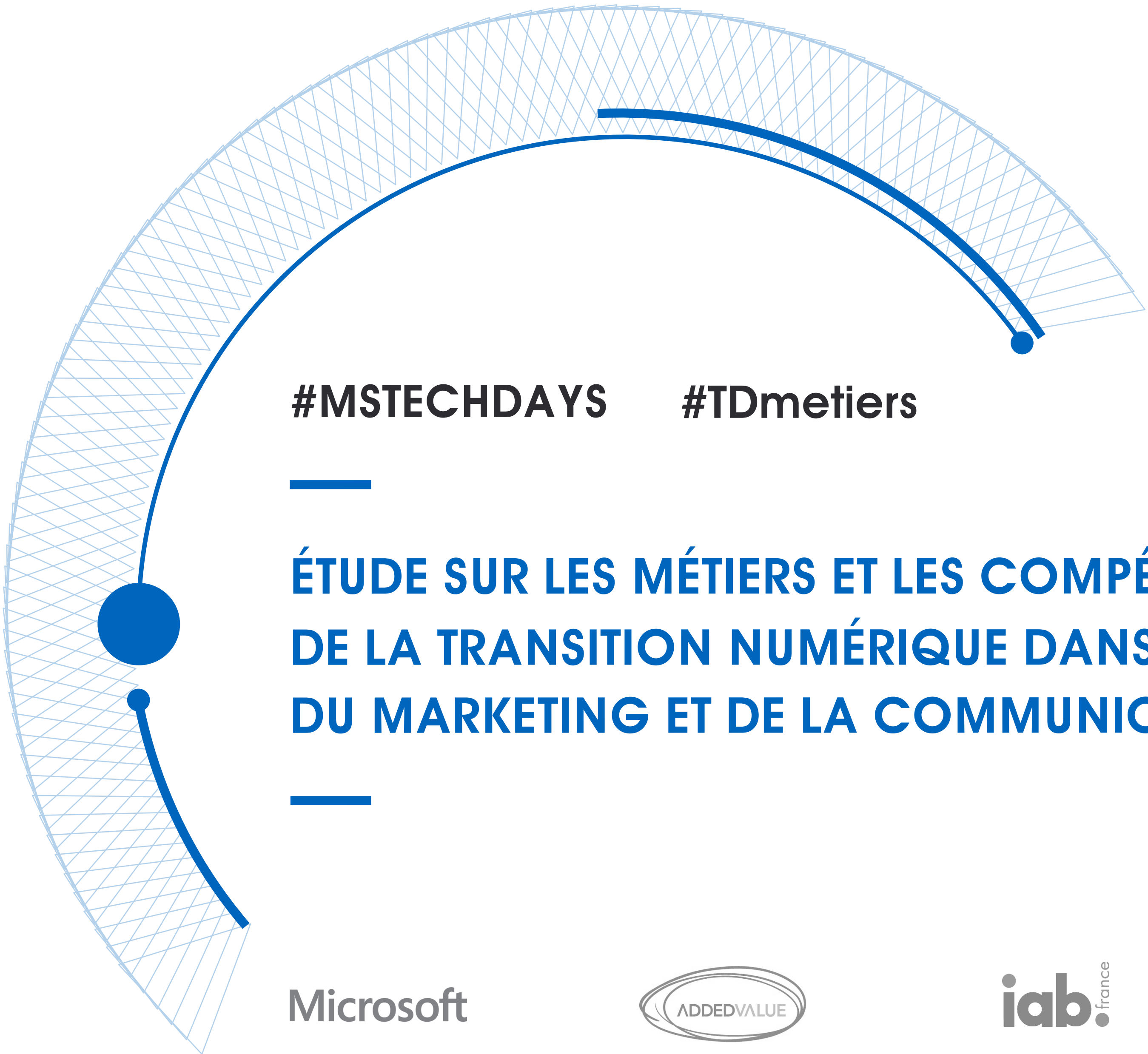




#MSTECHDAYS #TDmetiers

ÉTUDE SUR LES MÉTIERS ET LES COMPÉTENCES DE LA TRANSITION NUMÉRIQUE DANS LE SECTEUR DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

Microsoft



iab.
france

A Q U E N T



ACSEL

COLLECTIF
DE LA PERFORMANCE
ET DE L'ACQUISITION
CPA

E|F|A|P
L'école des nouveaux métiers
de la communication

DATA
AGENCY

TABLE RONDE

Perrine GRUA
Directrice Générale
d'Aquent France et Pays-Bas

Sébastien IMBERT
Directeur Digital
Microsoft France

Sonia SCHARFMAN
Secrétaire Générale
de la Branche Numérique Groupe La Poste

Stéphane CLARION
Commission nouveaux métiers ACSEL,
Global eCommerce Director, HAY GROUP

Nathalie PHAN PLACE
Secrétaire Générale
du SNCD

Vincent MONTET

- Membre du conseil d'administration IAB France en charge du dossier Emplois/Formation,
- Directeur stratégie digitale EFAP
- MBA Spécialisé Digital Marketing & Business

—

UNE ÉTUDE IAB FRANCE

—

#MSTECHDAYS

#TDmetiers

—

SPONSORS

—



A Q U E N T



Microsoft

—

PARTENAIRES

—



—

MISE EN DESIGN DES RÉSULTATS

—



CAVEAT



EN COURS DE
NORMALISATION



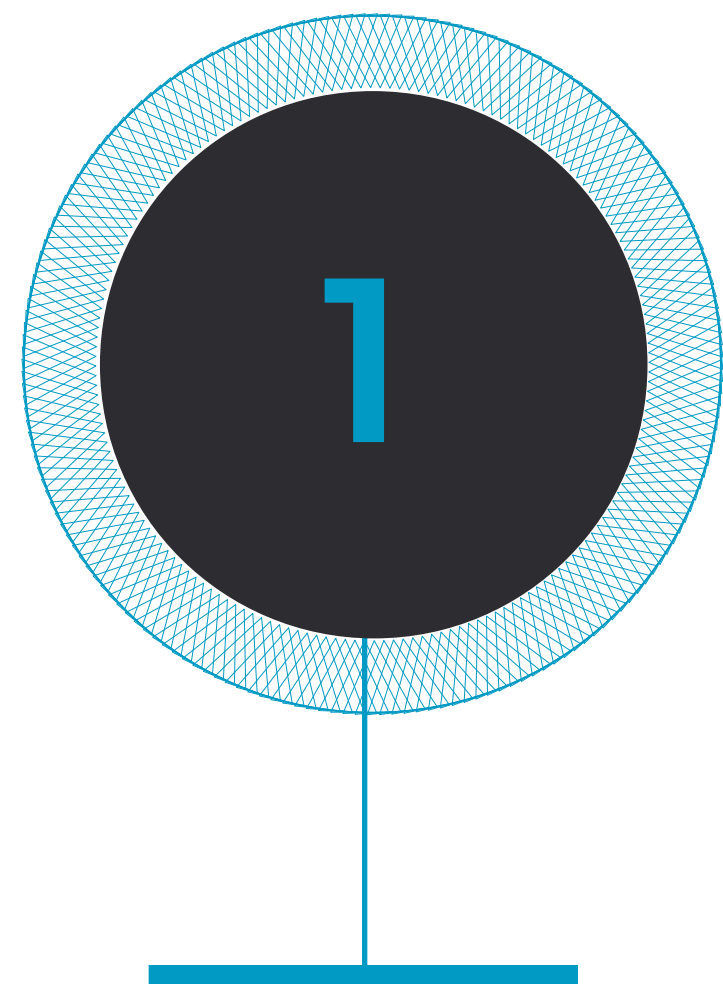
LOI DE MOORE

On se rend compte que tous les six mois dix nouveaux entrants arrivent avec de nouveaux concepts, donc les annonceurs vont devoir se remettre en question : on parle d'adexchange, puis six mois après de programmation, puis de big data six mois après...

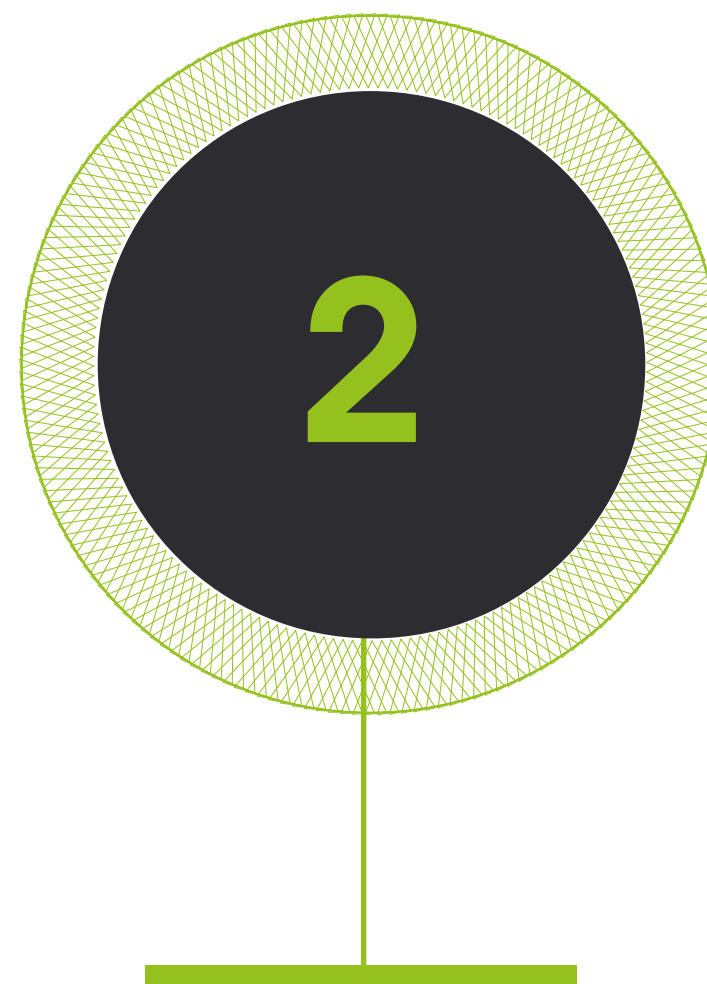
Où est le marketing là-dedans ?

MÉTHODOLOGIE

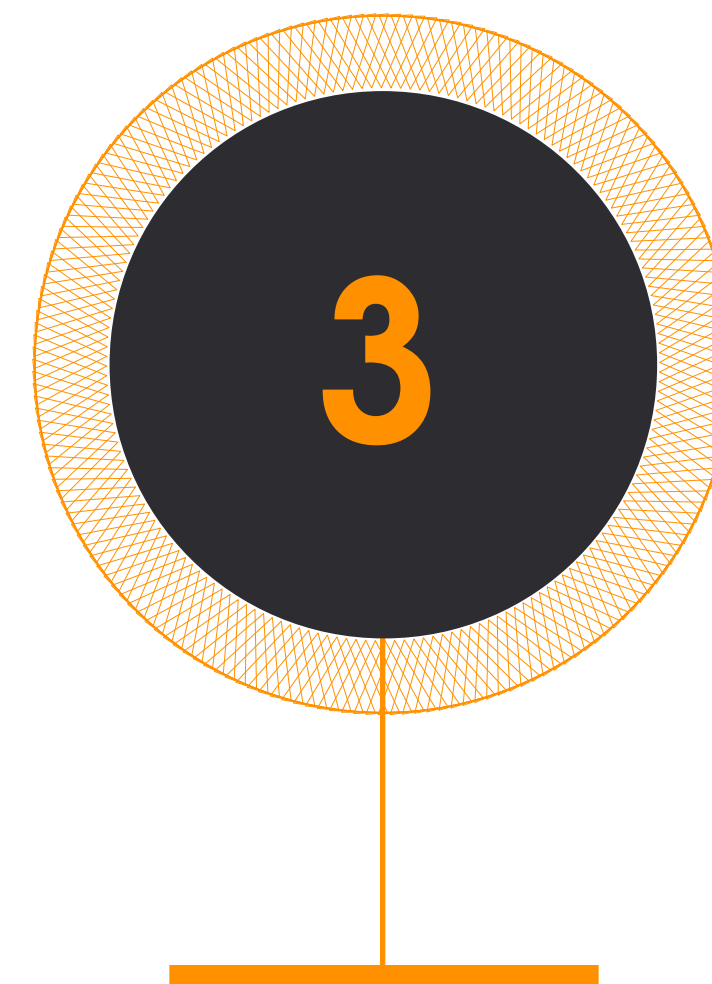
UNE ÉTUDE S'ARTICULANT AUTOUR DE 4 DISPOSITIFS



UN COMITÉ SCIENTIFIQUE
réuni autour de Jean-Paul AIMETTI
regroupant des représentants
de chaque partenaire de l'étude,
garant de la méthodologie
et supervisant la qualité de l'étude
et ses résultats

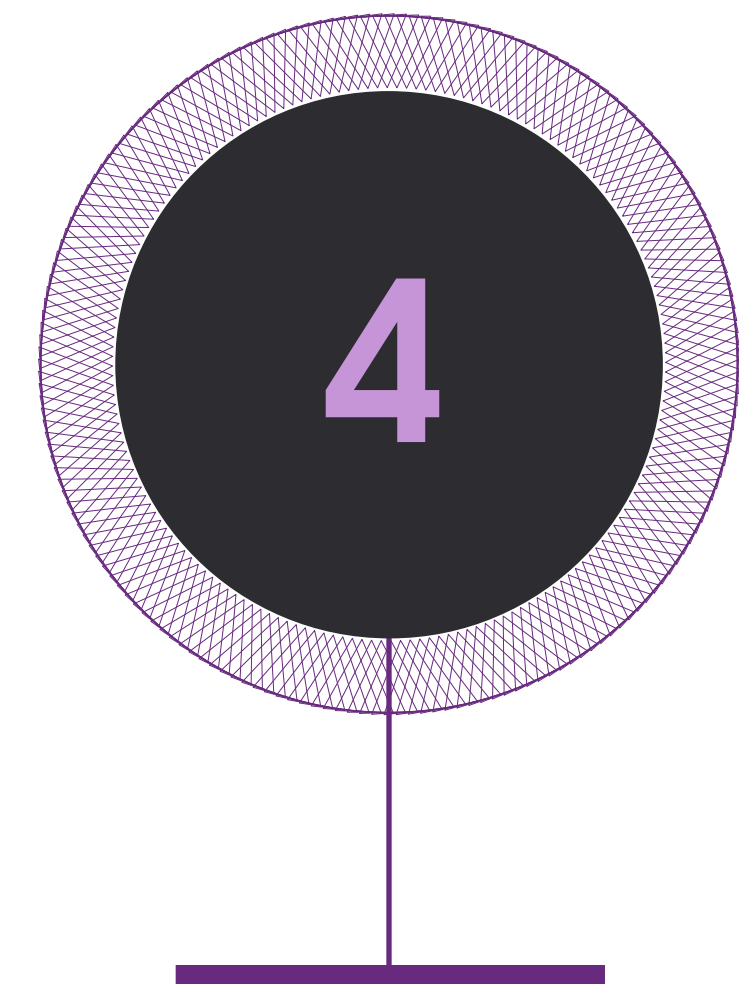


UNE ÉTUDE DOCUMENTAIRE



**UNE PHASE D'ÉTUDE QUALITATIVE
COMPOSÉE DE :**

1. Entretiens auprès de parties prenantes clés
2. Une communauté en ligne impliquant des « metteurs en scène » de l'industrie
3. Groupes de discussion regroupant des acteurs des différents métiers



UNE ÉTUDE QUANTITATIVE
administrée en ligne auprès
des acteurs de l'industrie
et recueillant près de
400 répondants

—
TABLE DES MATIÈRES
—

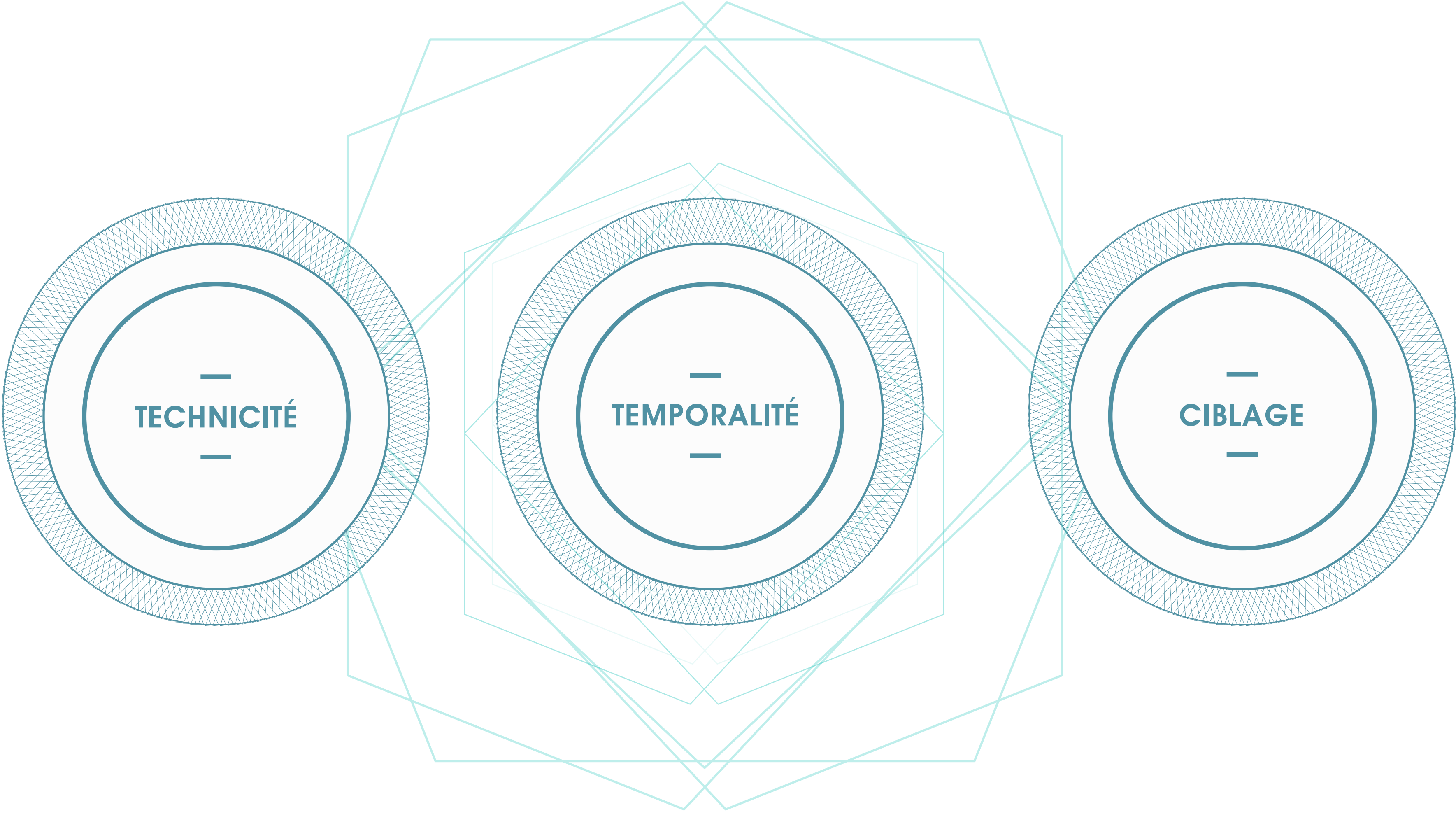
—
1. QU'EST CE QUE LE MARKETING DIGITAL ?
—

—
2. LES DOMAINES DE COMPÉTENCES
—

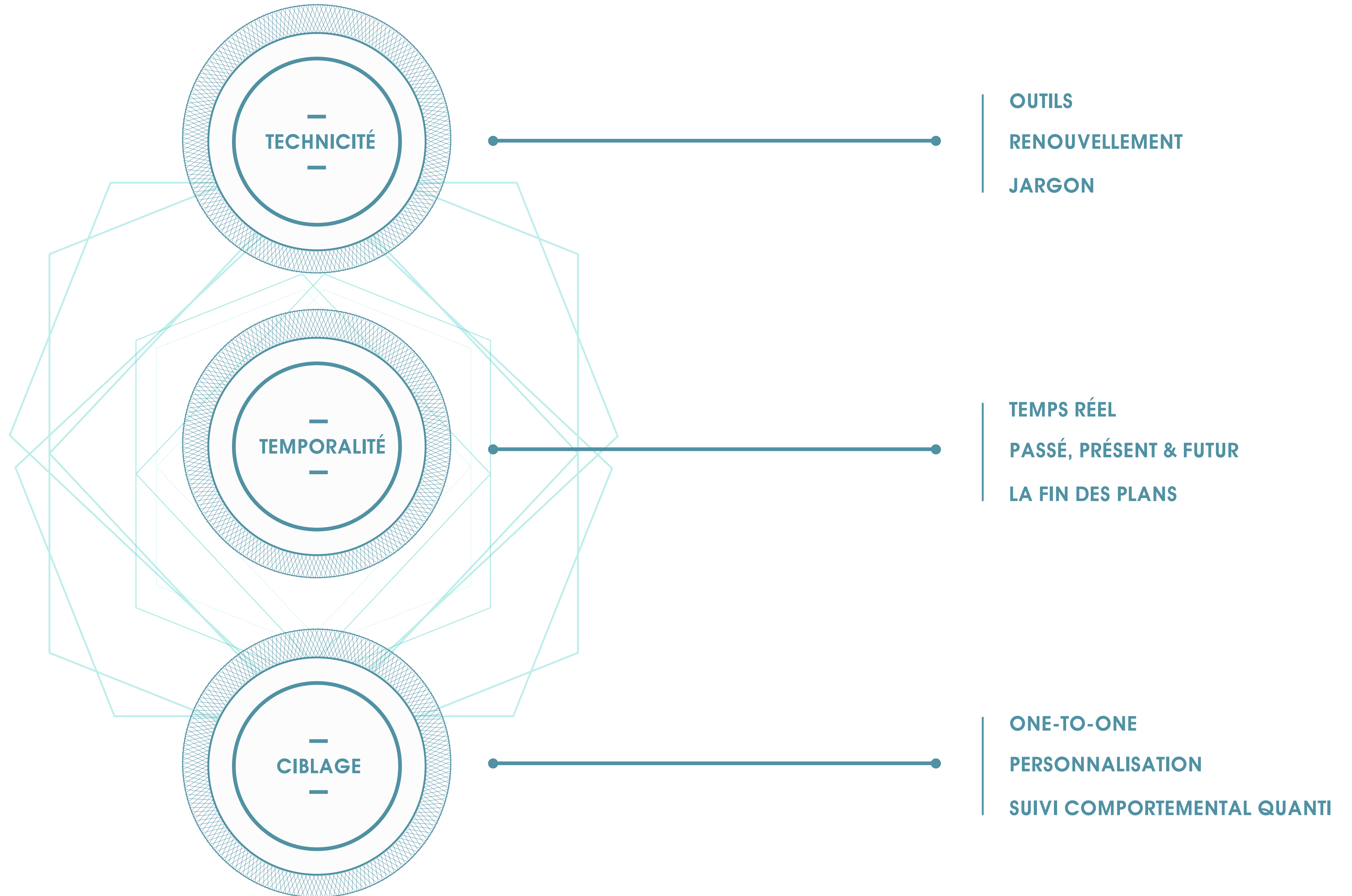
—
3. CARTOGRAPHIE DYNAMIQUE DES MÉTIERS
—

—
4. LES ENJEUX DE LA FORMATION
—

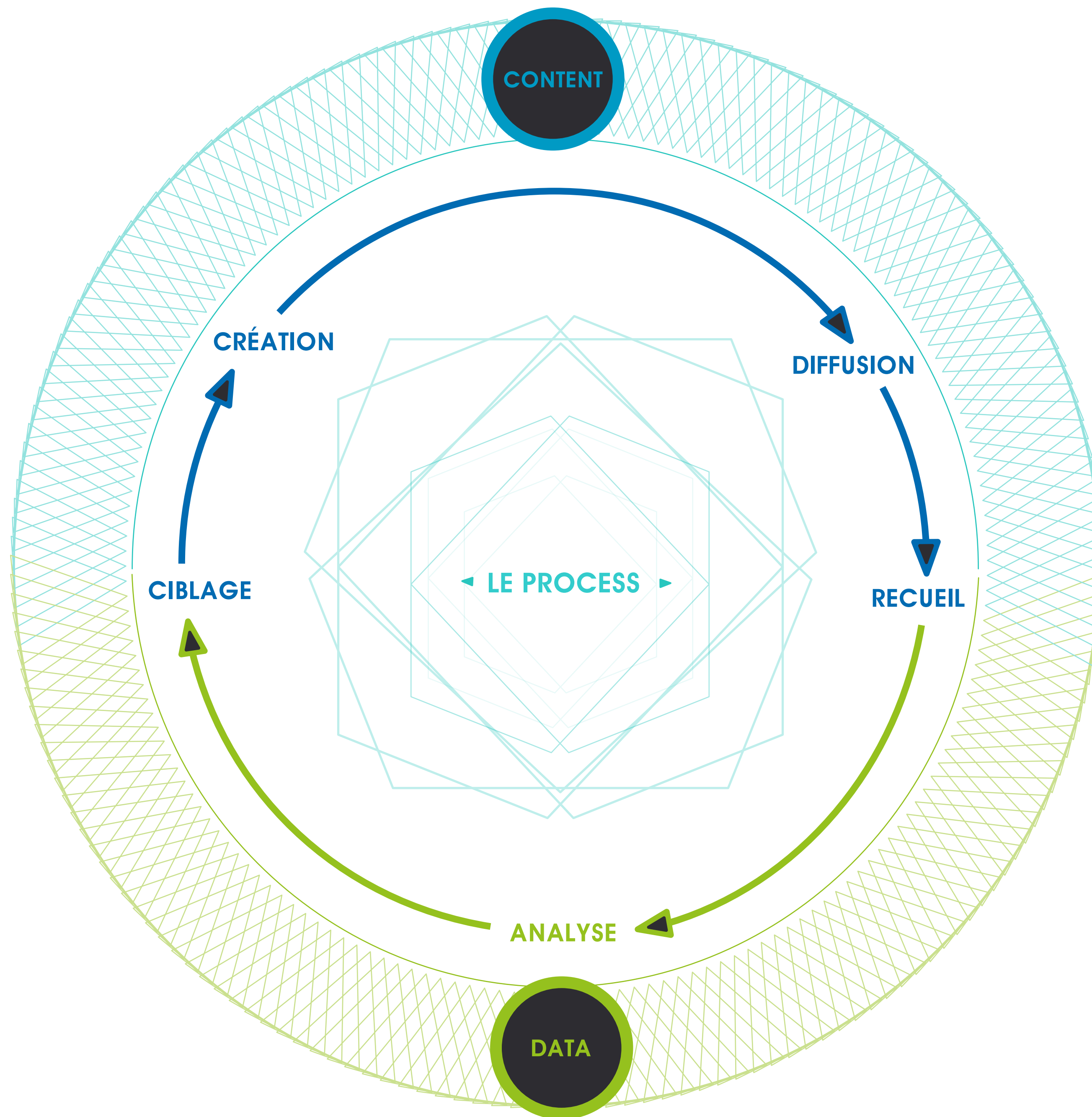
—
**LES SPÉCIFICITÉS DU
MARKETING DIGITAL**
—



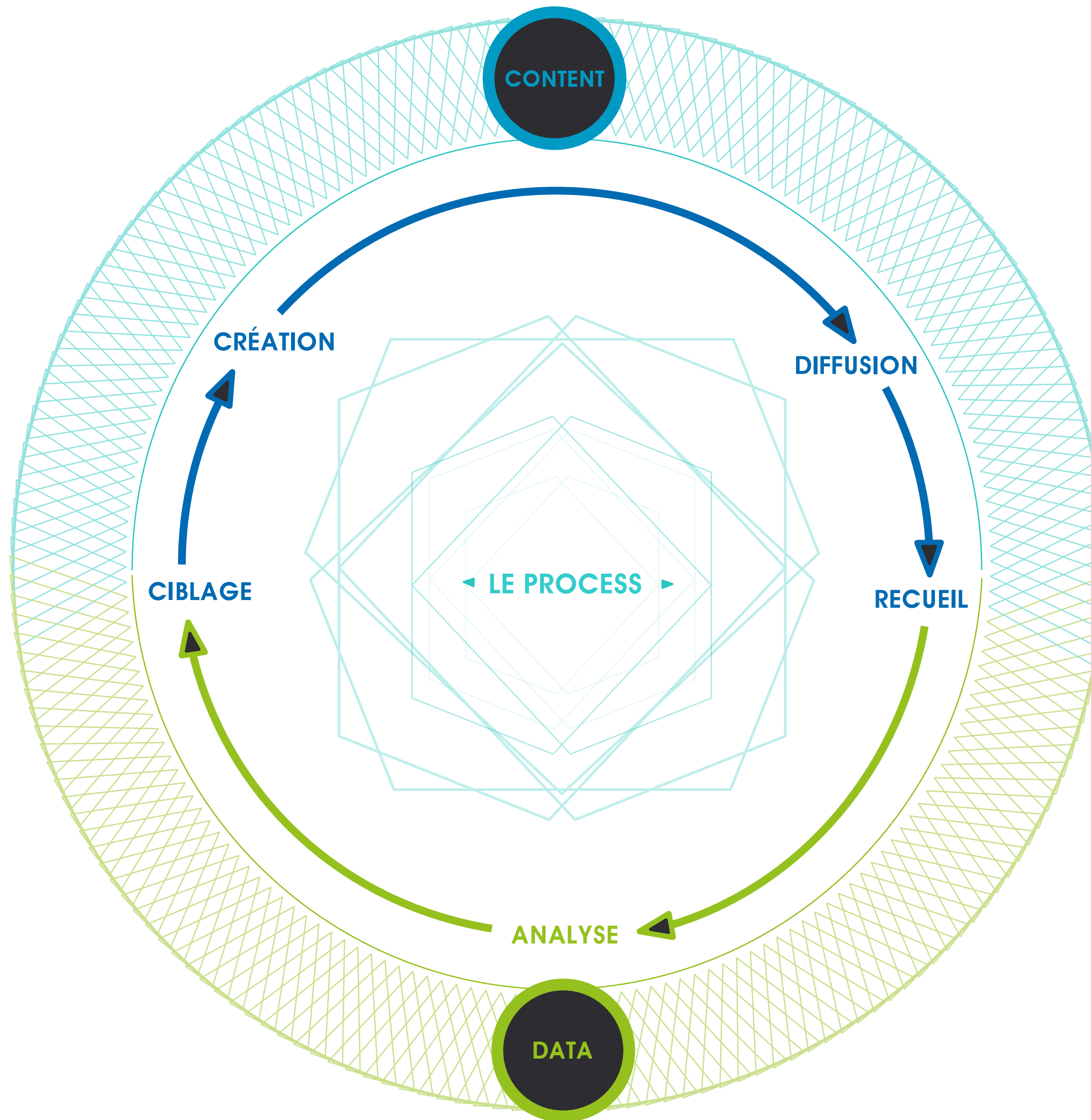
LES SPÉCIFICITÉS DU MARKETING DIGITAL



—
**LE PROCESS DU
MARKETING DIGITAL**
—



— LES 5 COMPÉTENCES CLÉS
DANS LE PROCESS
MARKETING —



1.

COMPÉTENCE
ANALYTIQUE

2.

COMPÉTENCE
TECHNIQUE

3.

COMPÉTENCE
CRÉATIVE

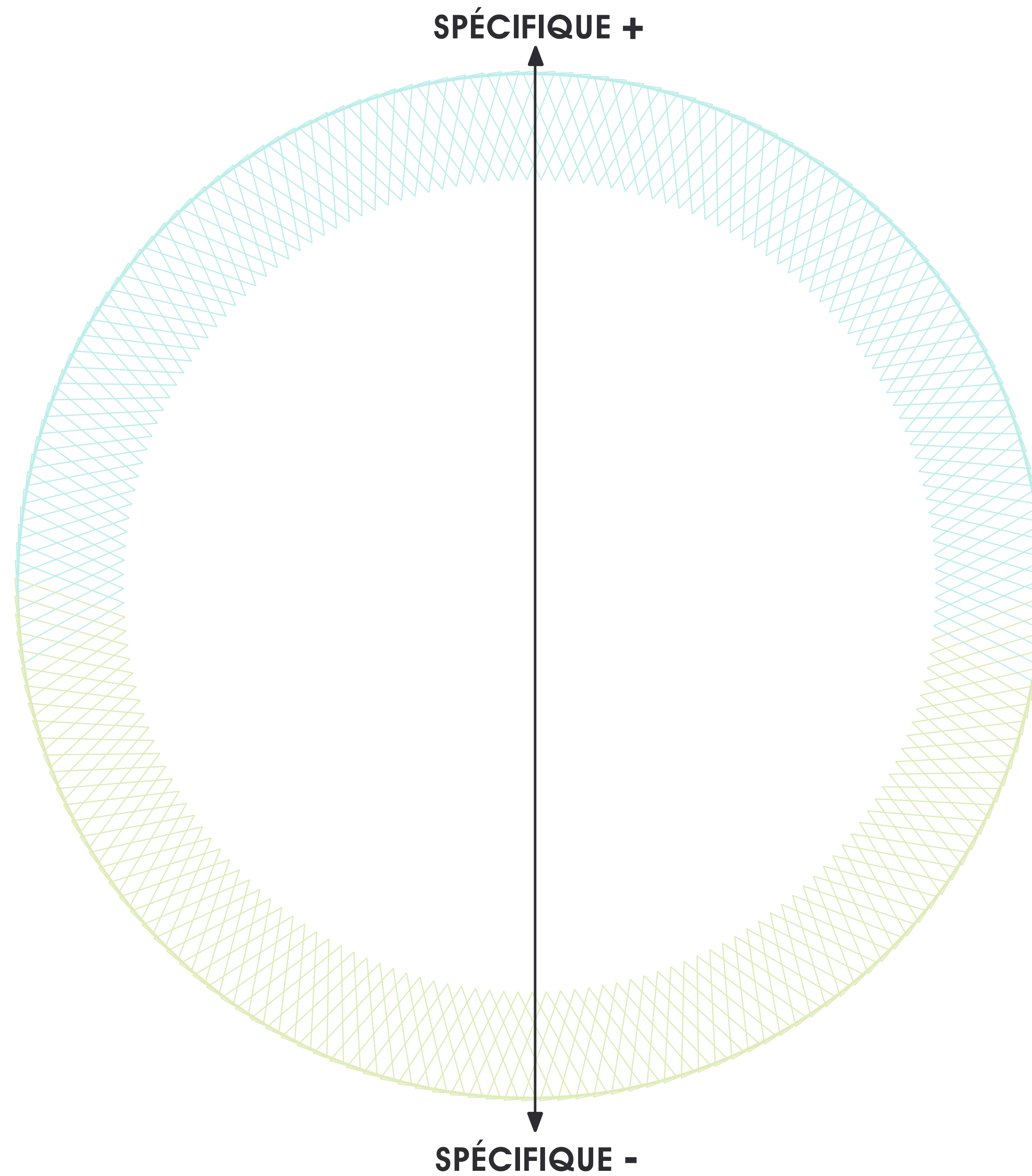
4.

COMPÉTENCE
INTERFACE
CONSO.

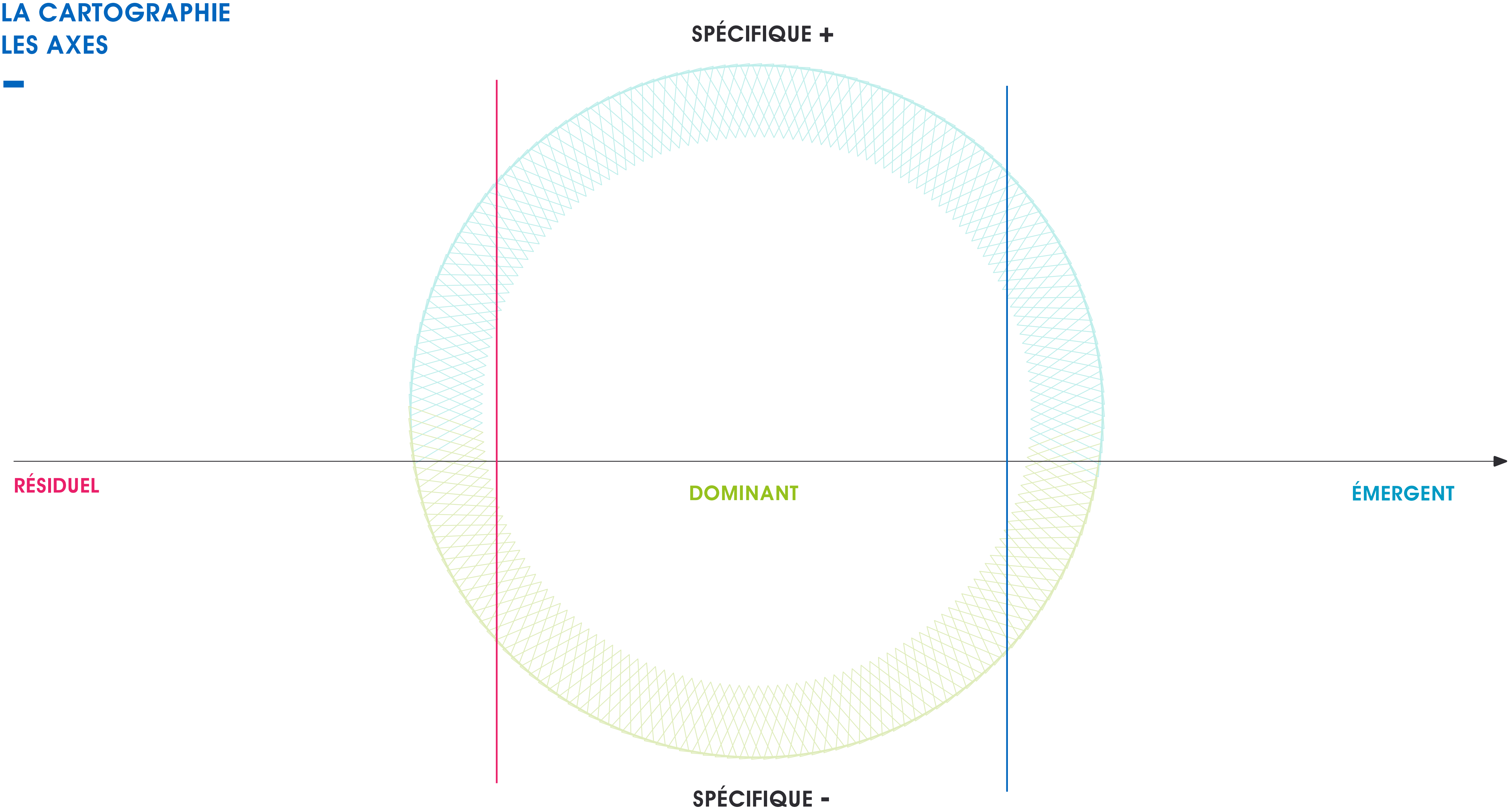
5.

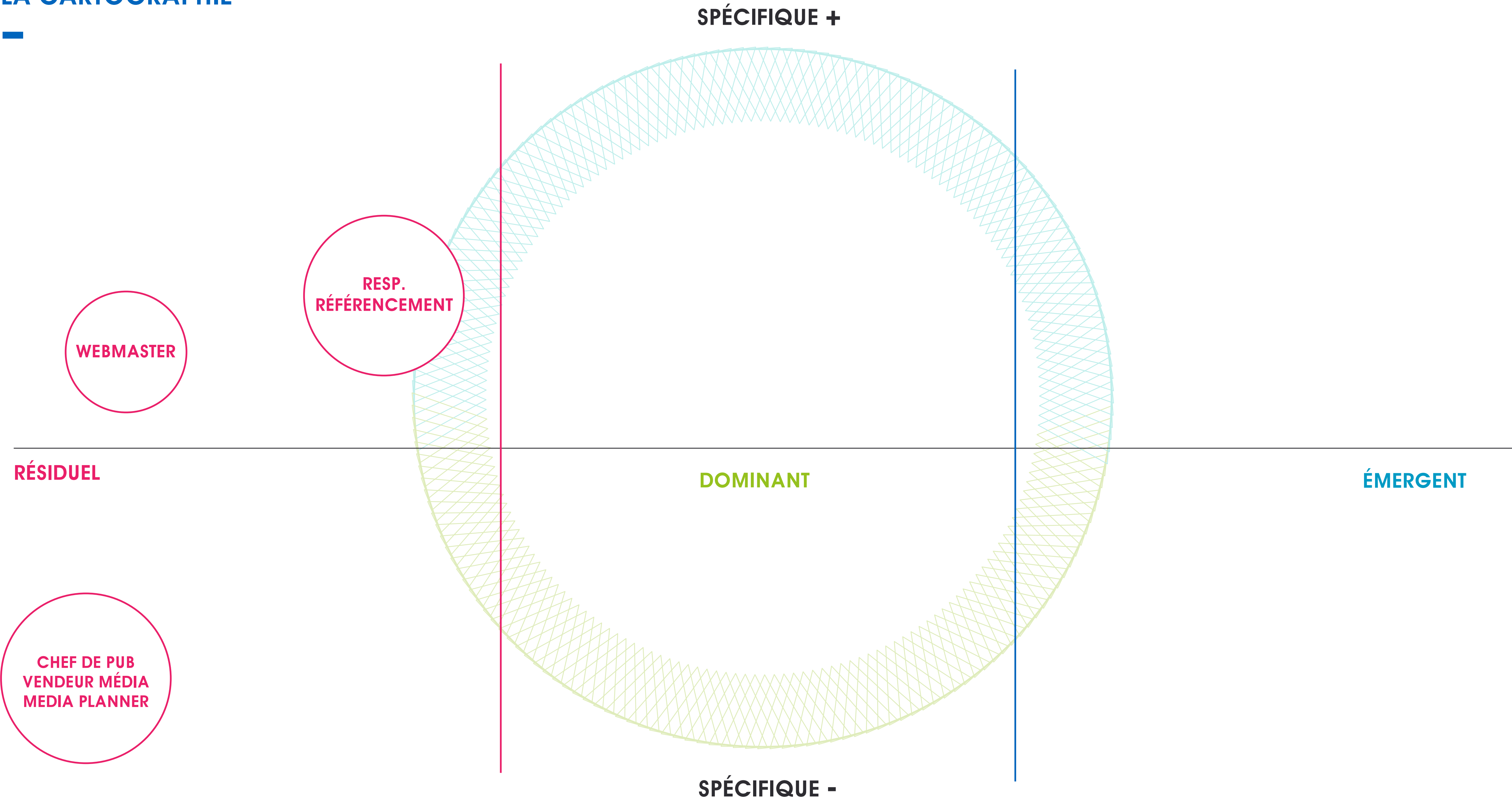
COMPÉTENCE
MANAGT./
ORGA.

—
LA CARTOGRAPHIE
LES AXES
—

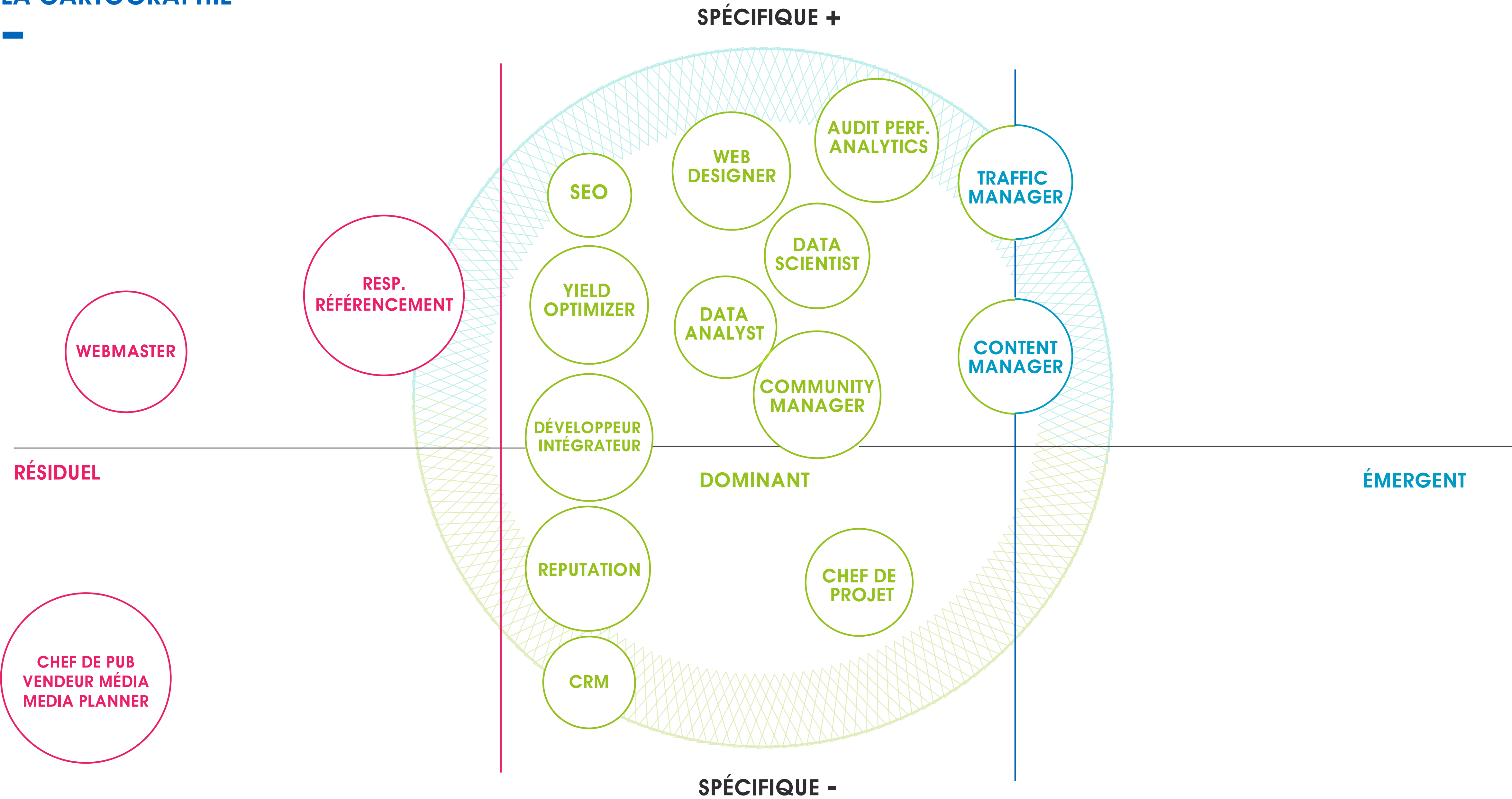


LA CARTOGRAPHIE
LES AXES

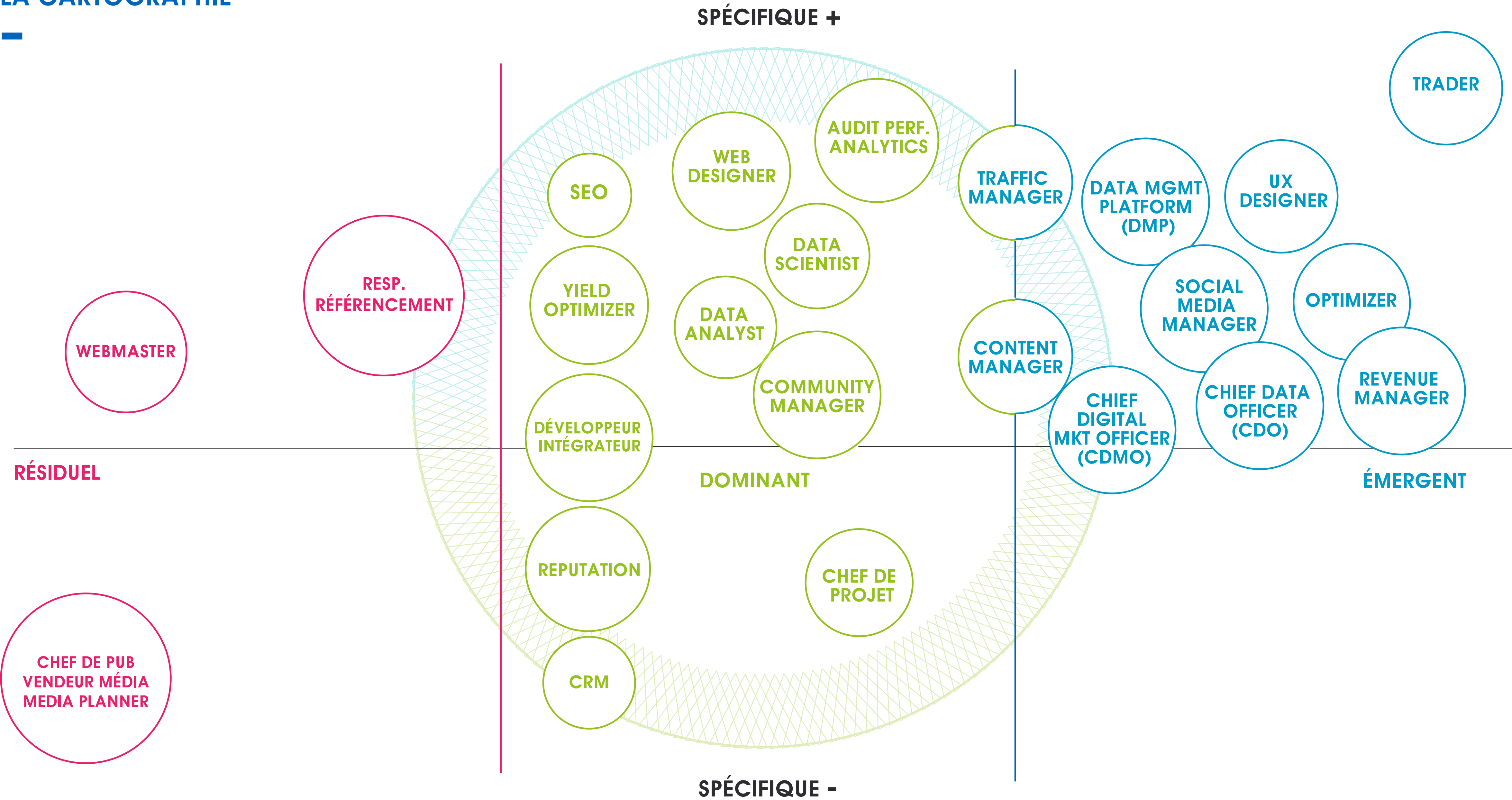




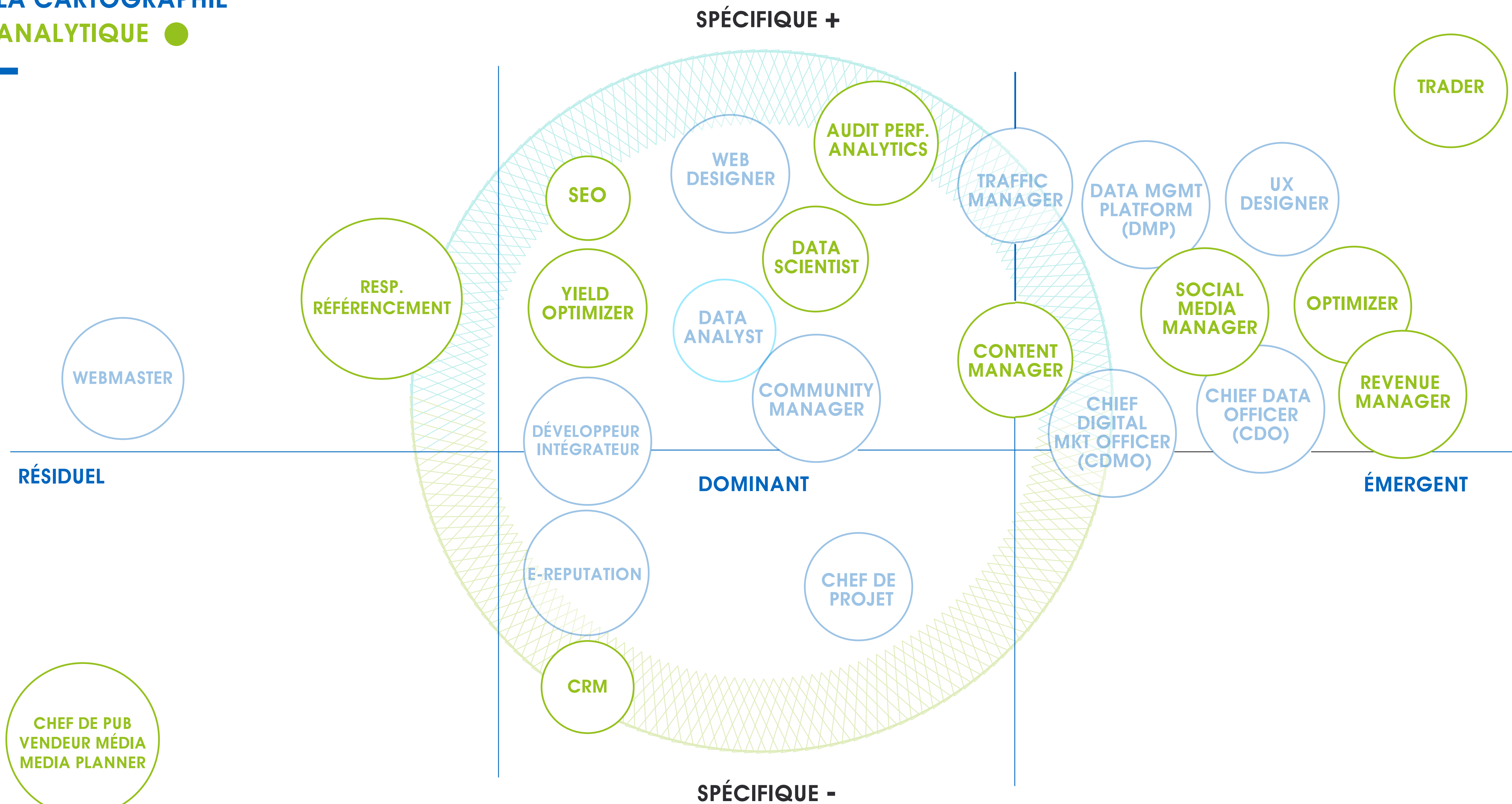
LA CARTOGRAPHIE



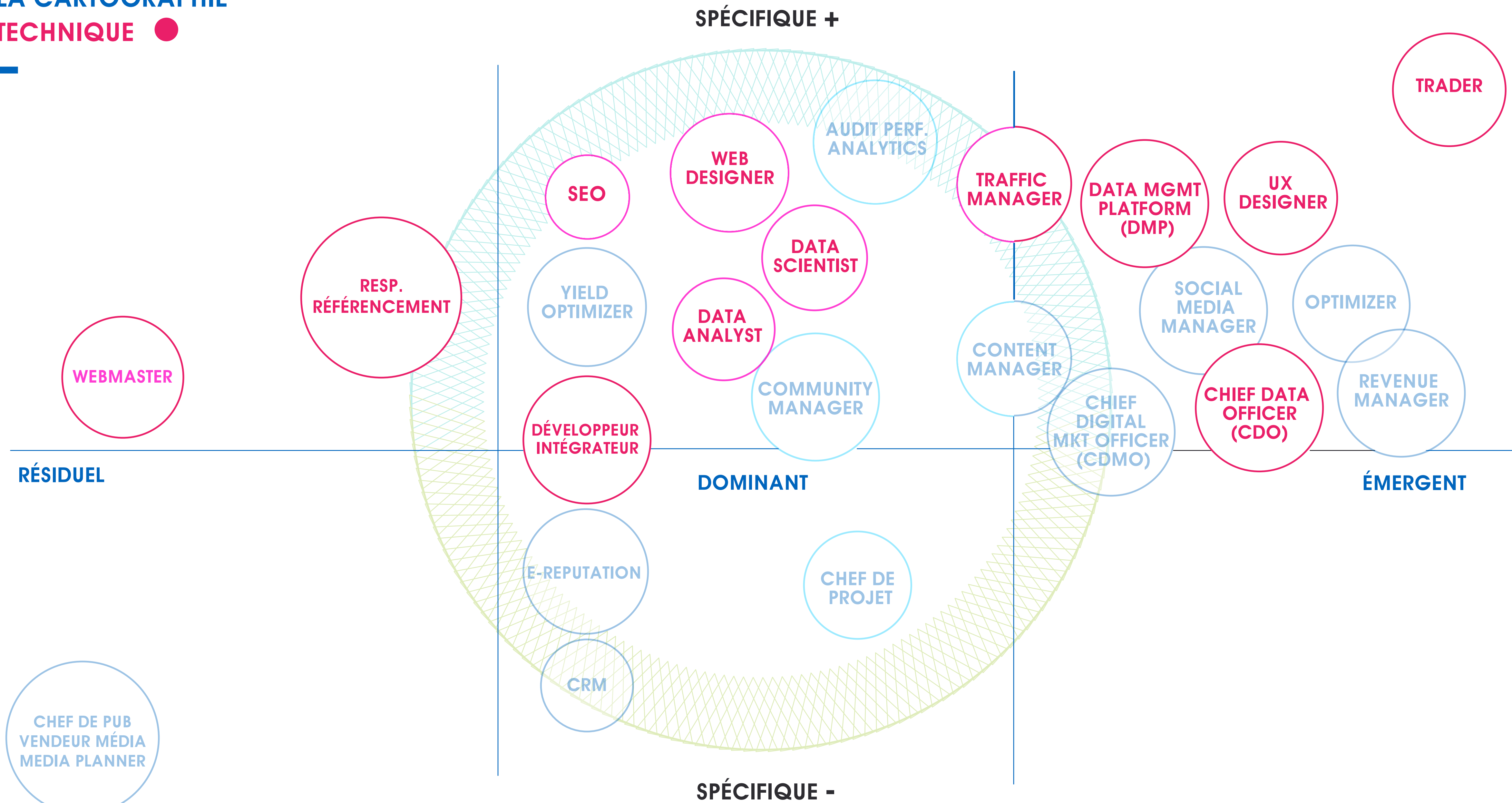
LA CARTOGRAPHIE



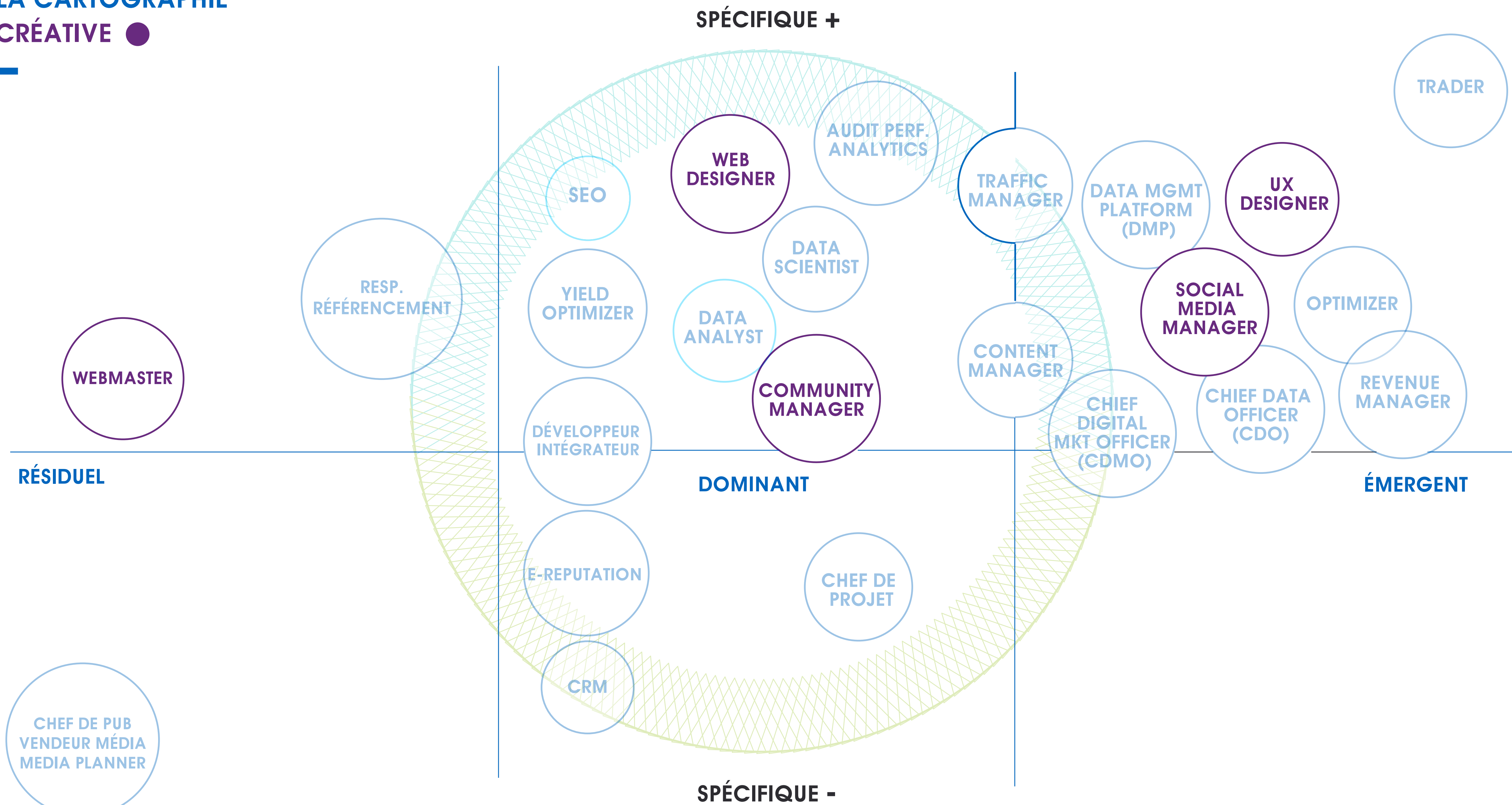
LA CARTOGRAPHIE
ANALYTIQUE ●



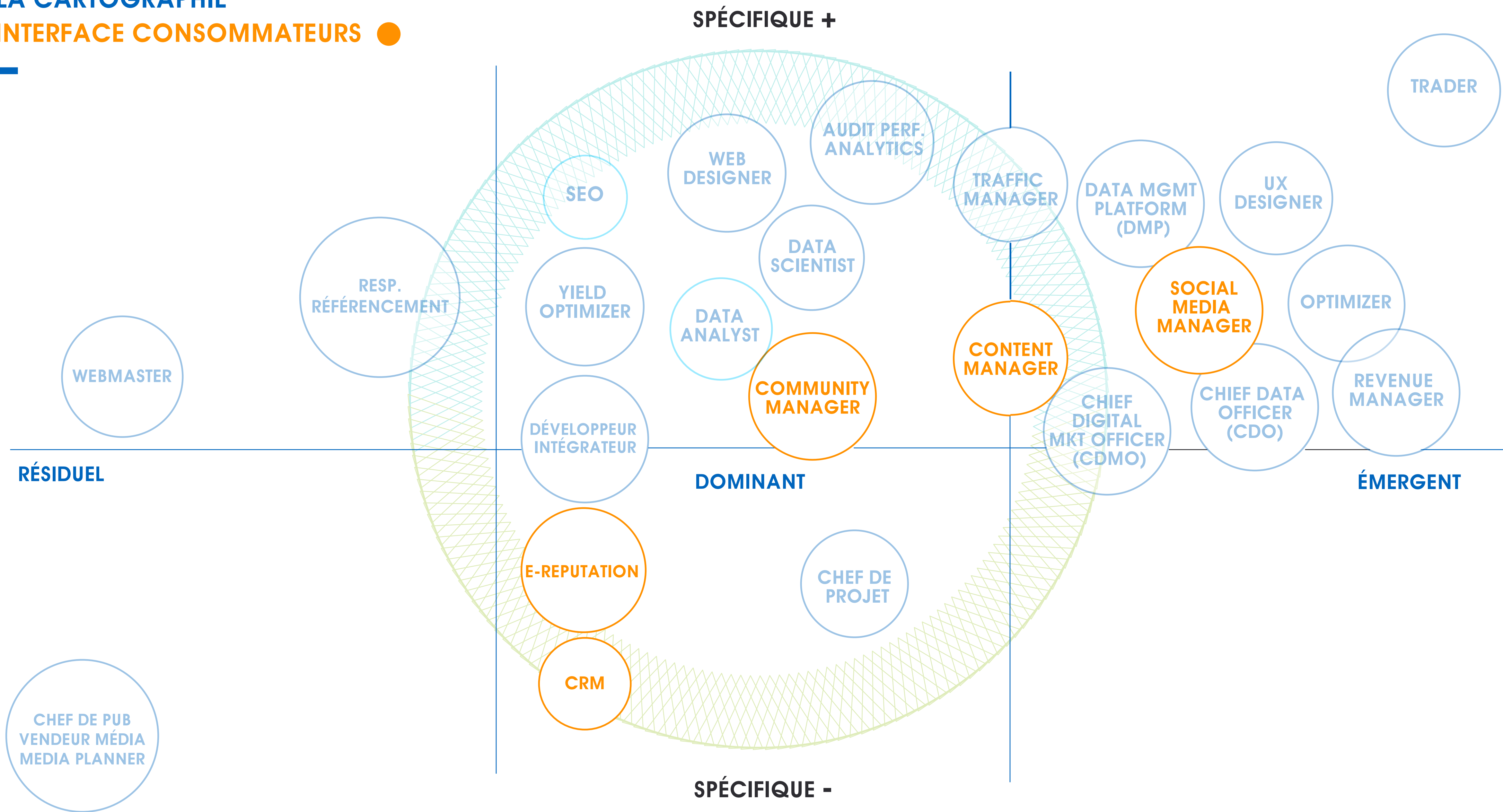
LA CARTOGRAPHIE
TECHNIQUE ●



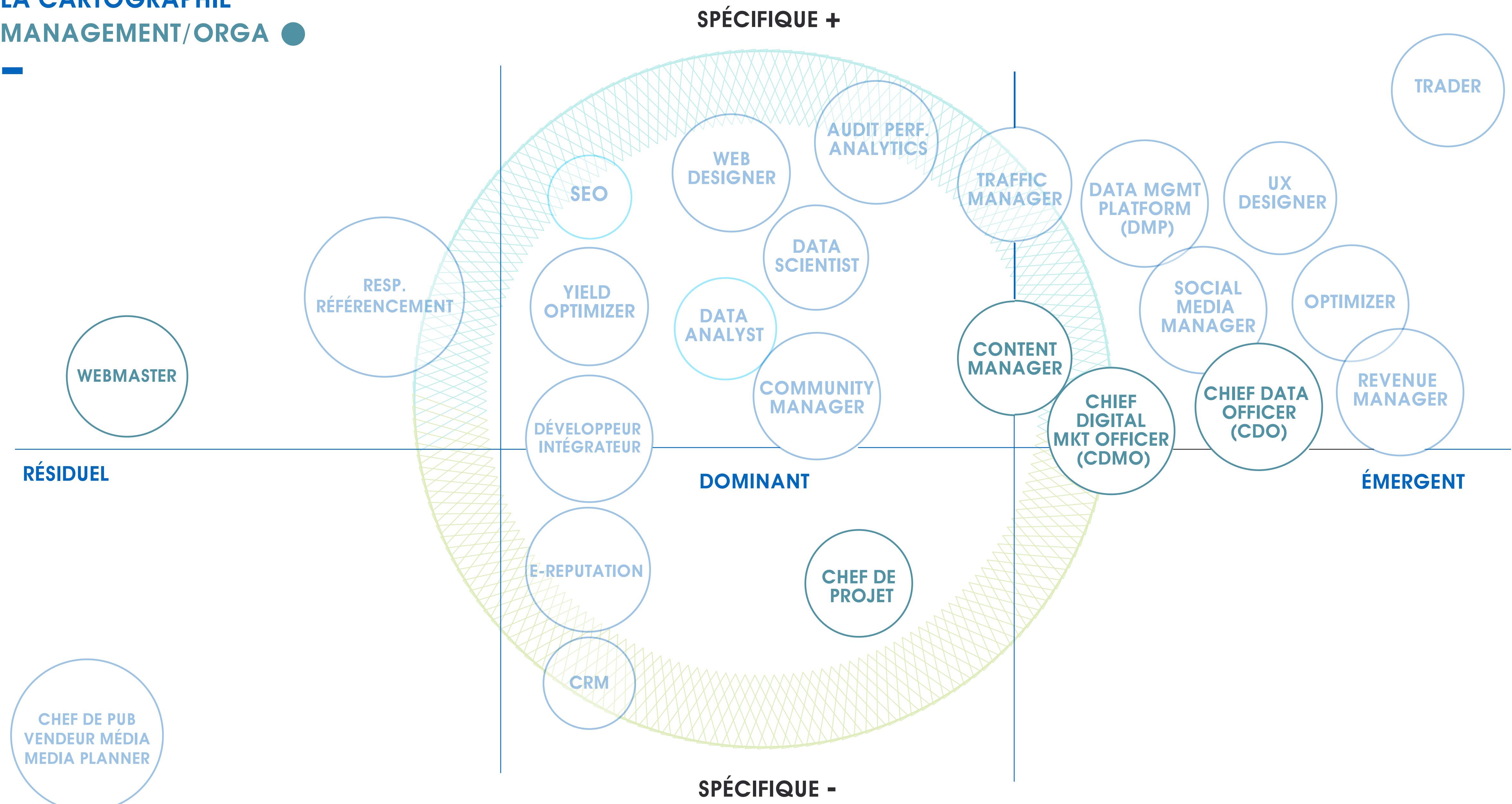
LA CARTOGRAPHIE
CRÉATIVE ●



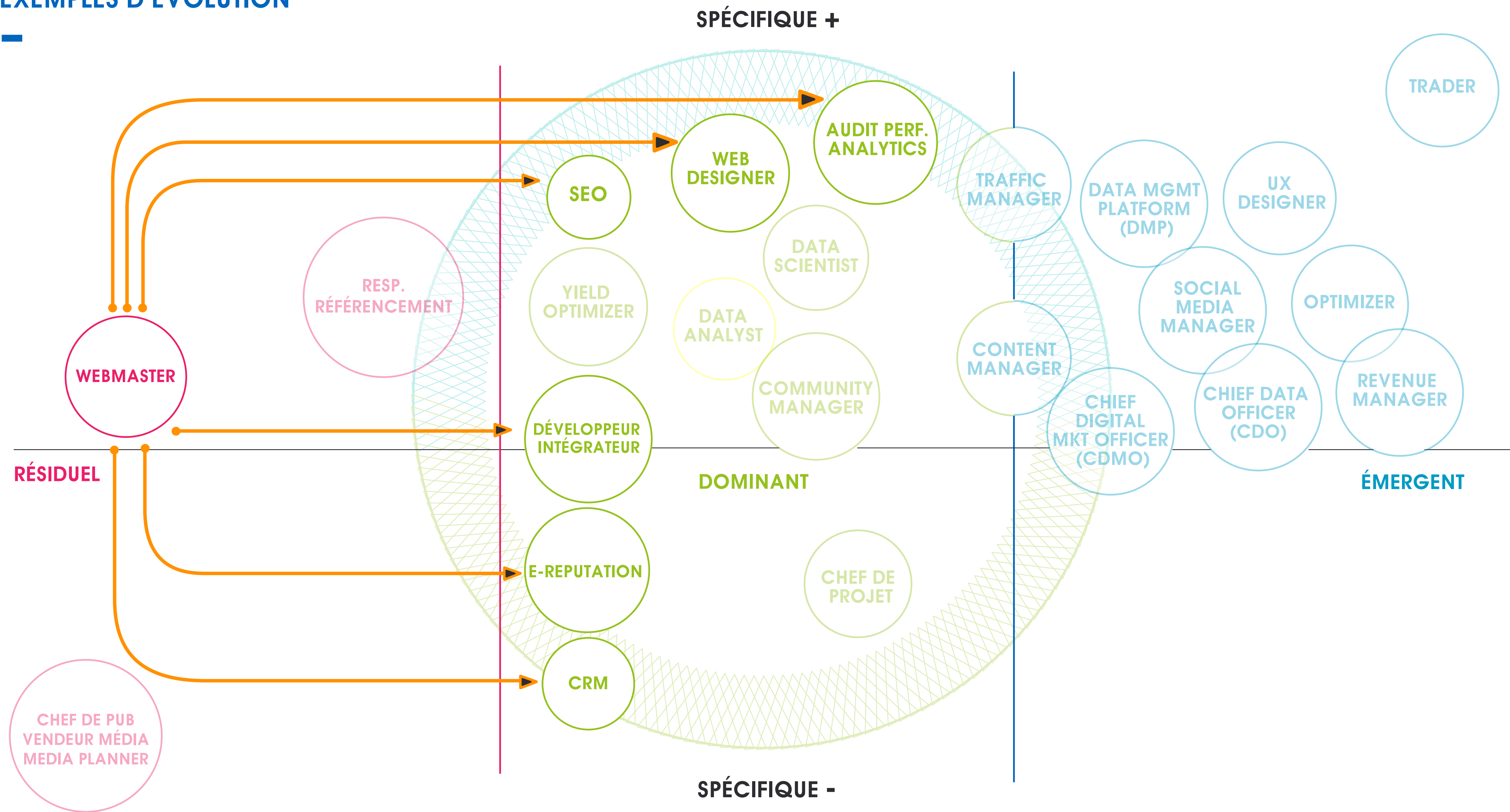
LA CARTOGRAPHIE
INTERFACE CONSOMMATEURS ●



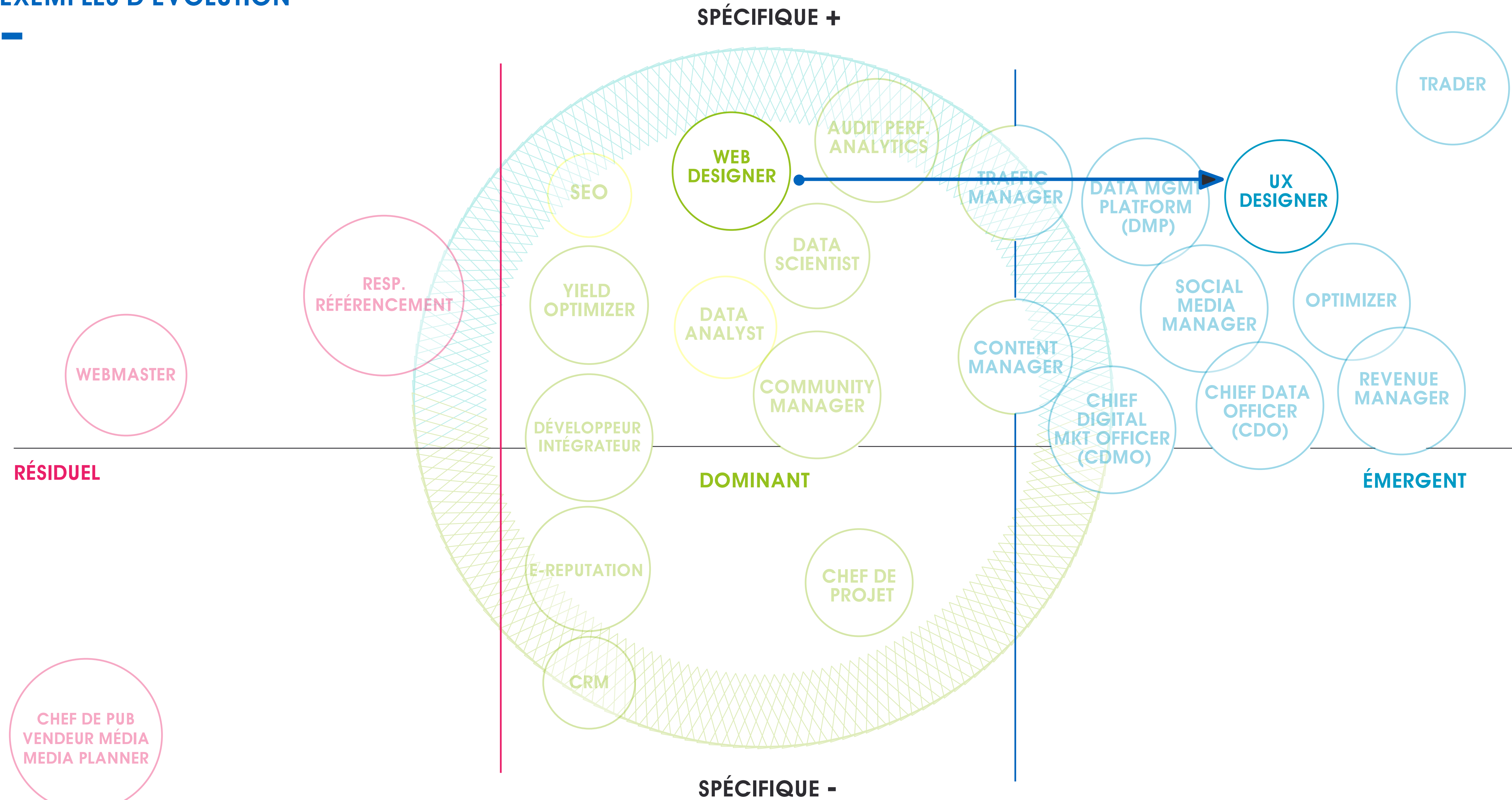
LA CARTOGRAPHIE
MANAGEMENT/ORGA ●



EXEMPLES D'ÉVOLUTION

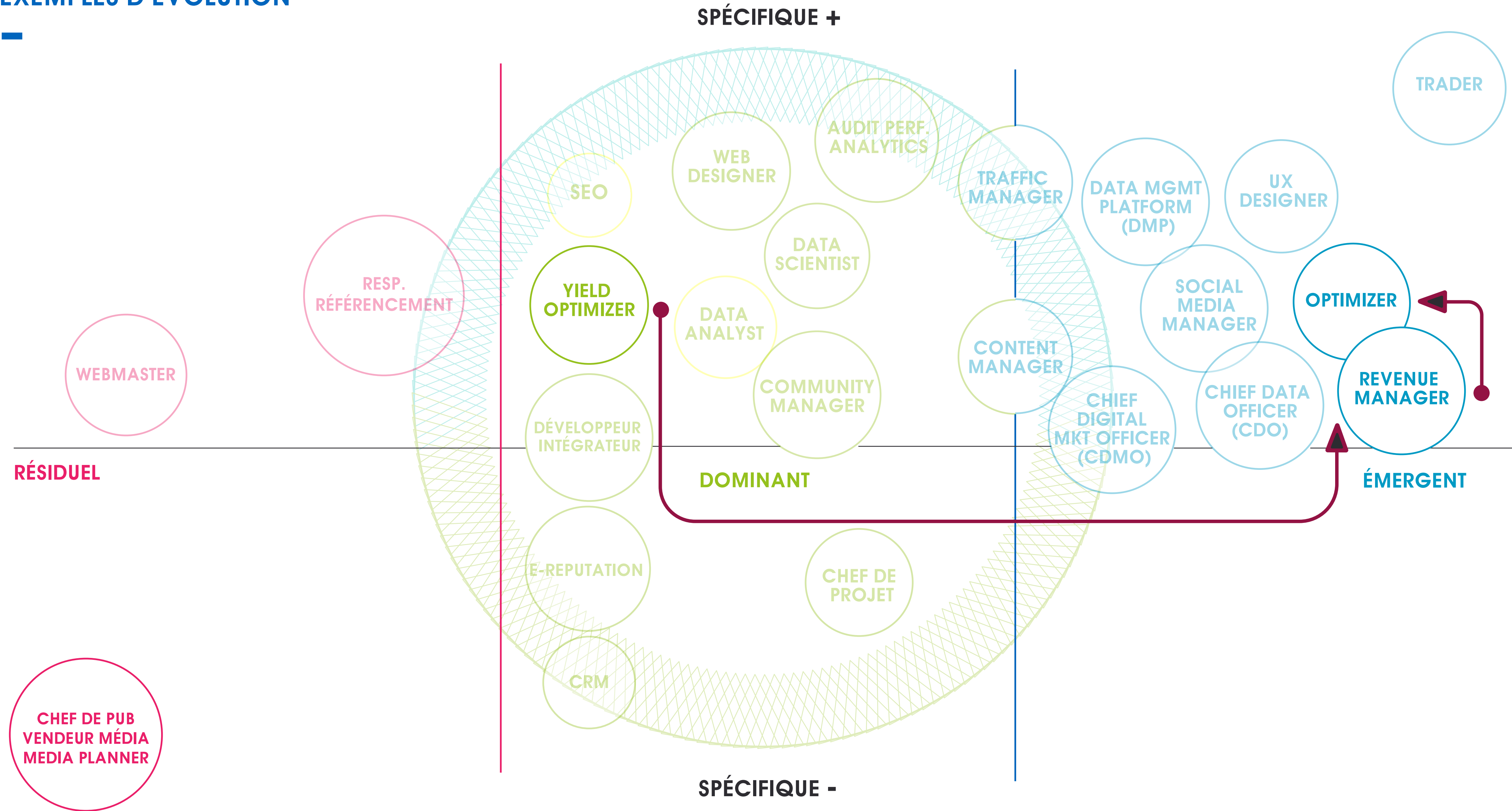


EXEMPLES D'ÉVOLUTION



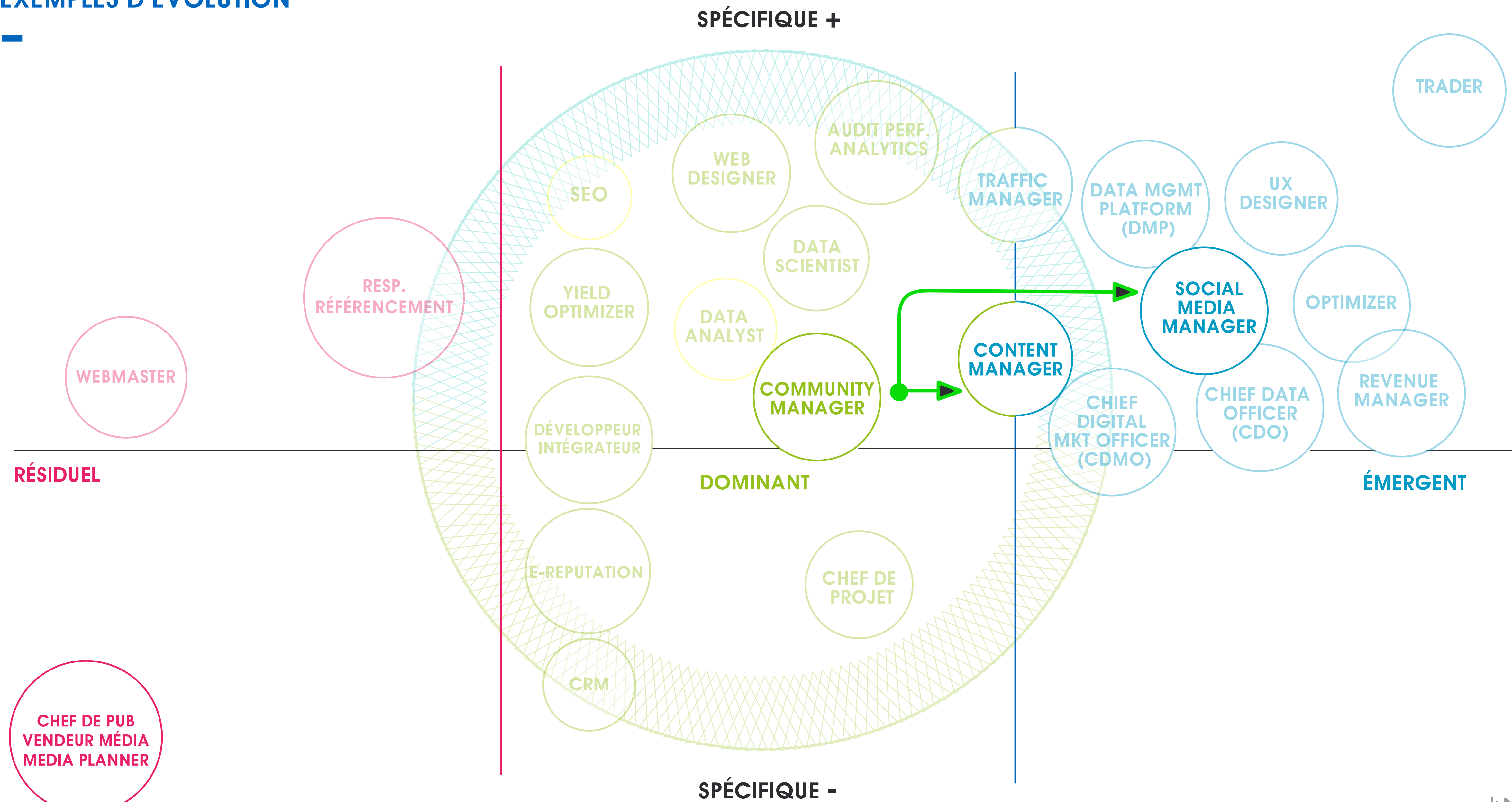


EXEMPLES D'ÉVOLUTION

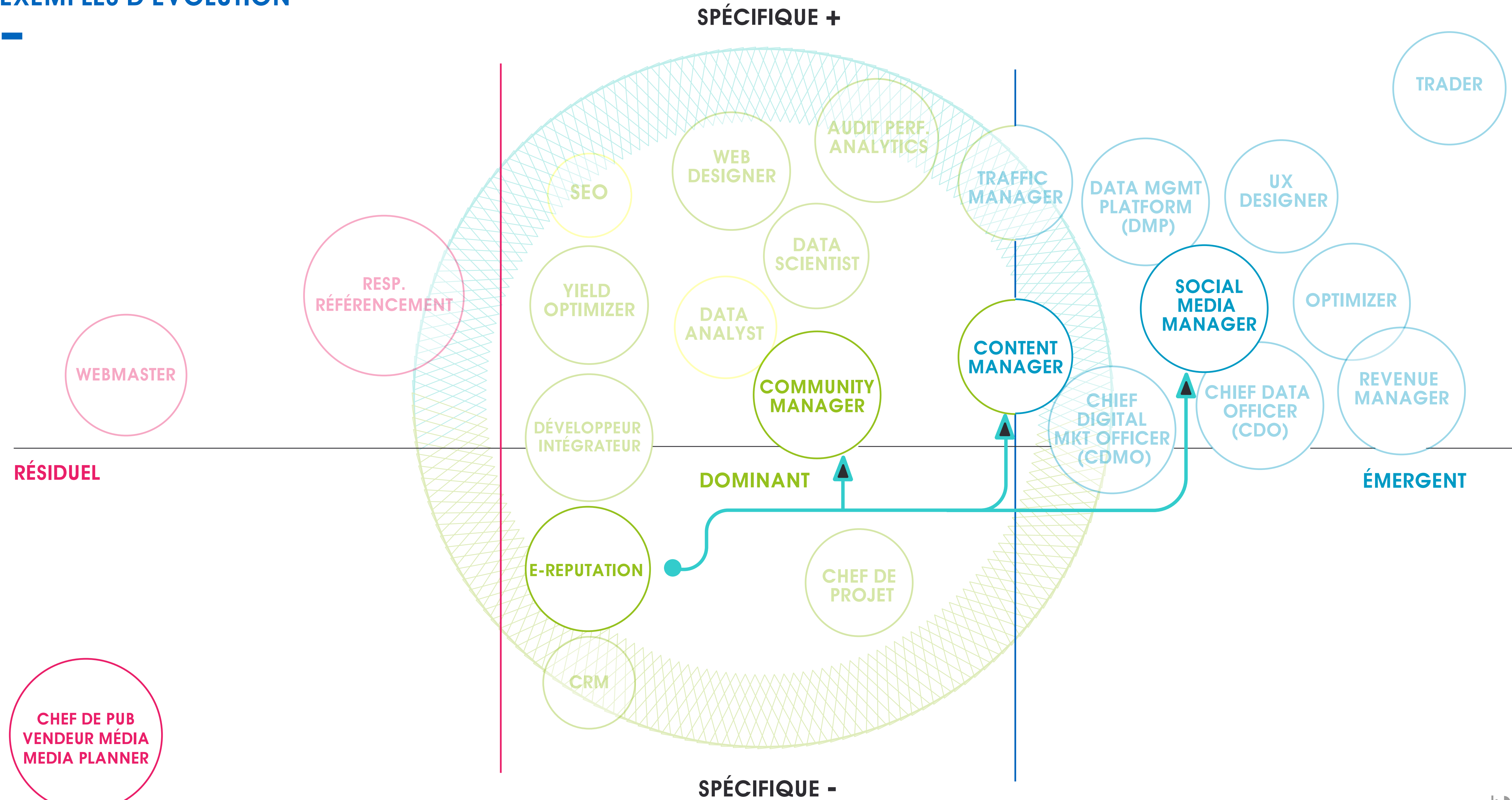




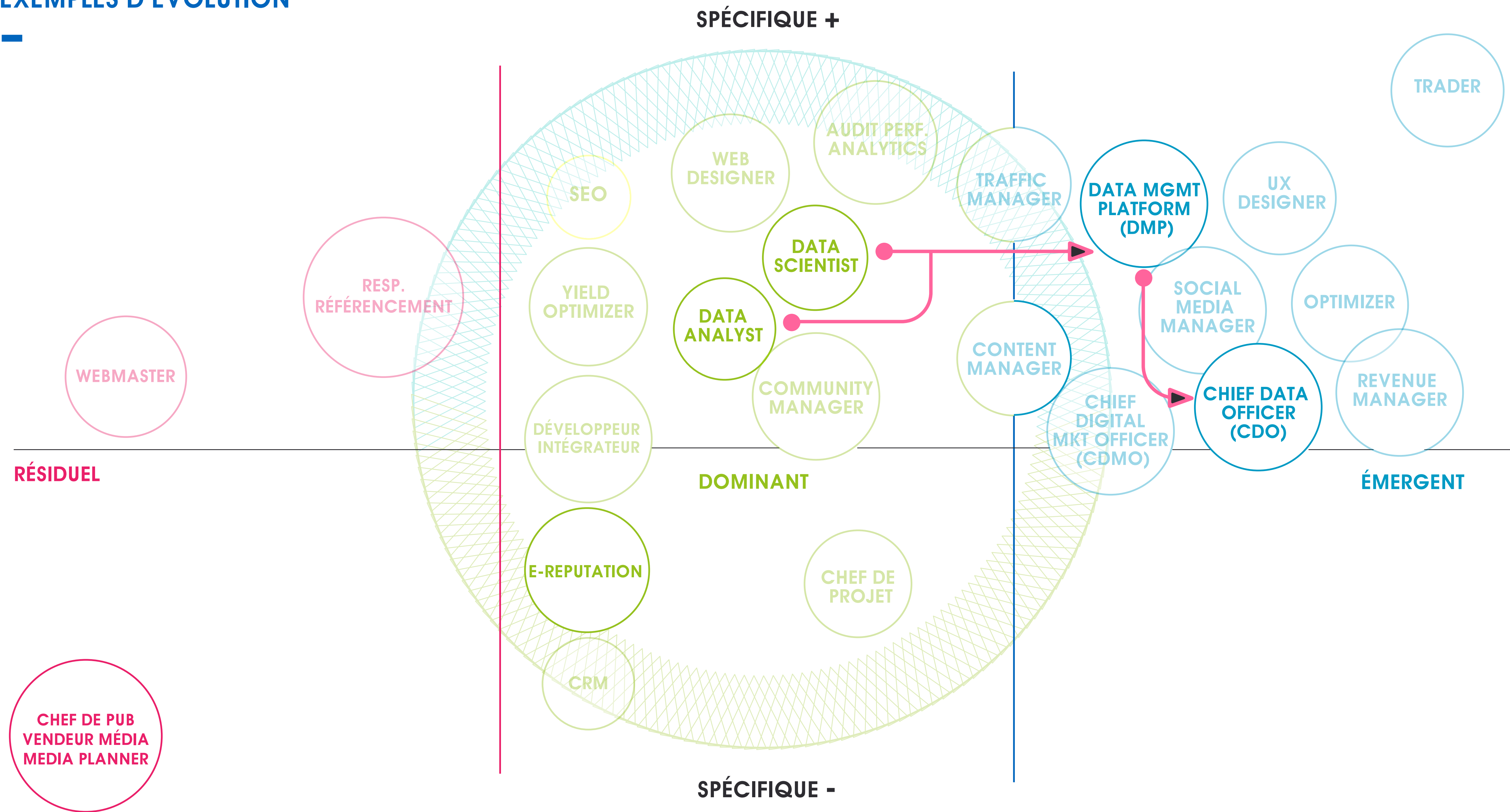
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



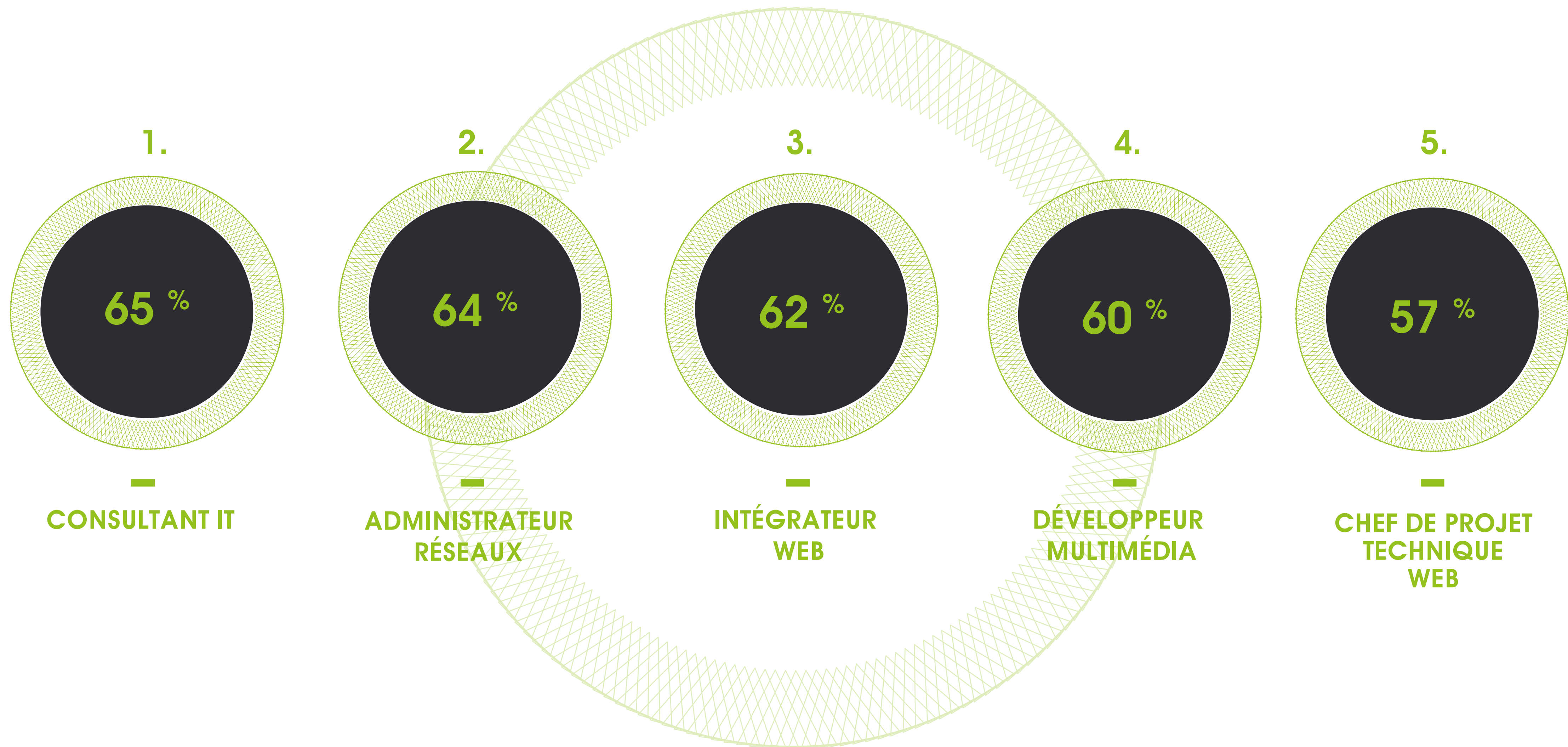
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



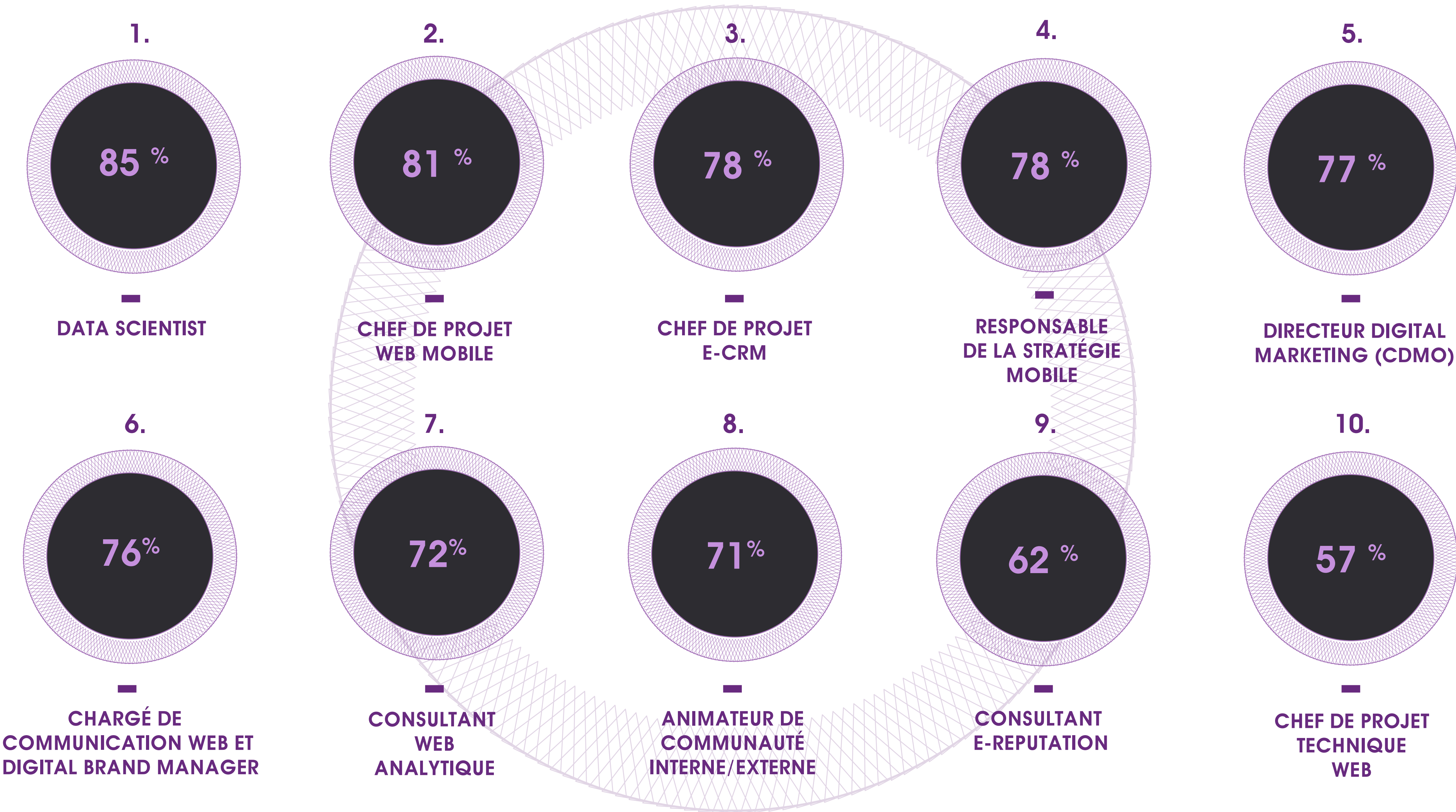
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



LE TOP 5 DES MÉTIERS LES PLUS MATURES

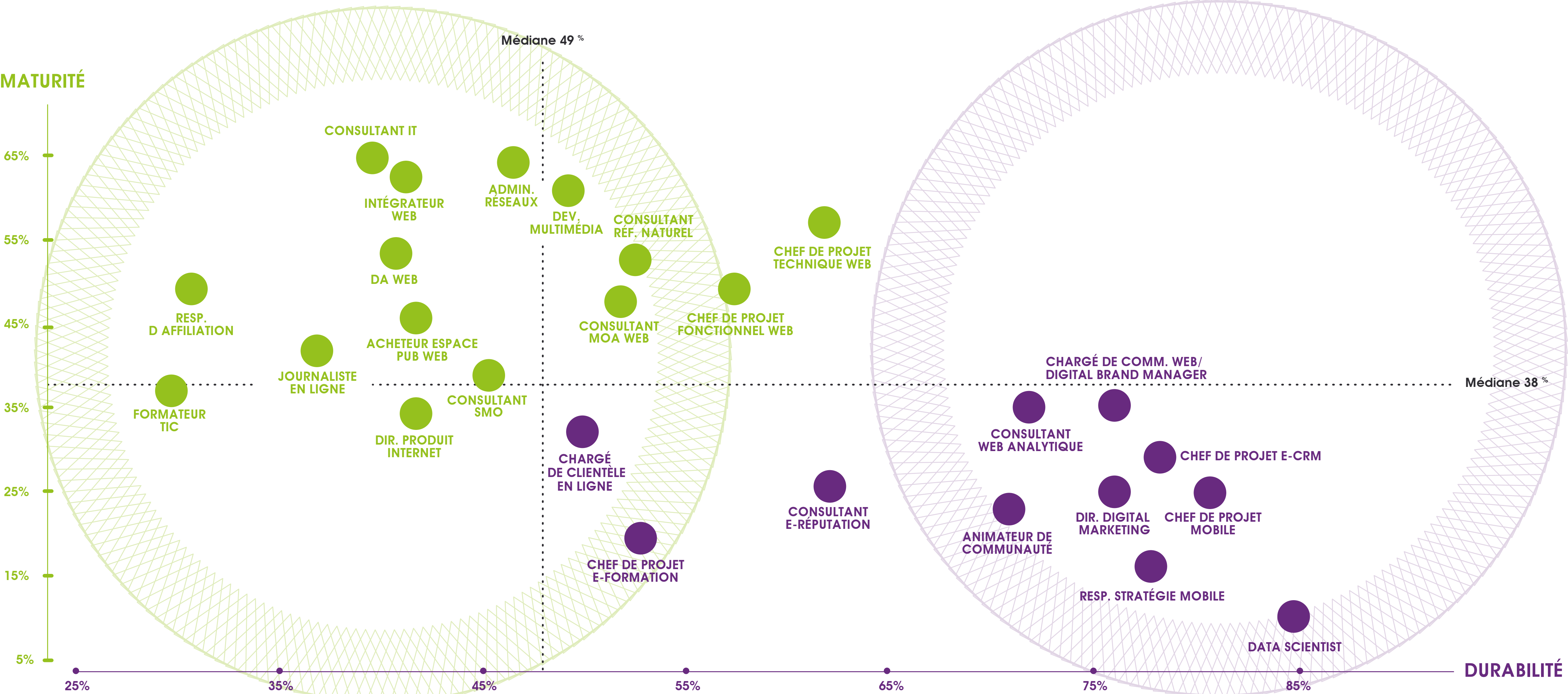


LE TOP 10 DES MÉTIERS AMENÉS À PERDURER

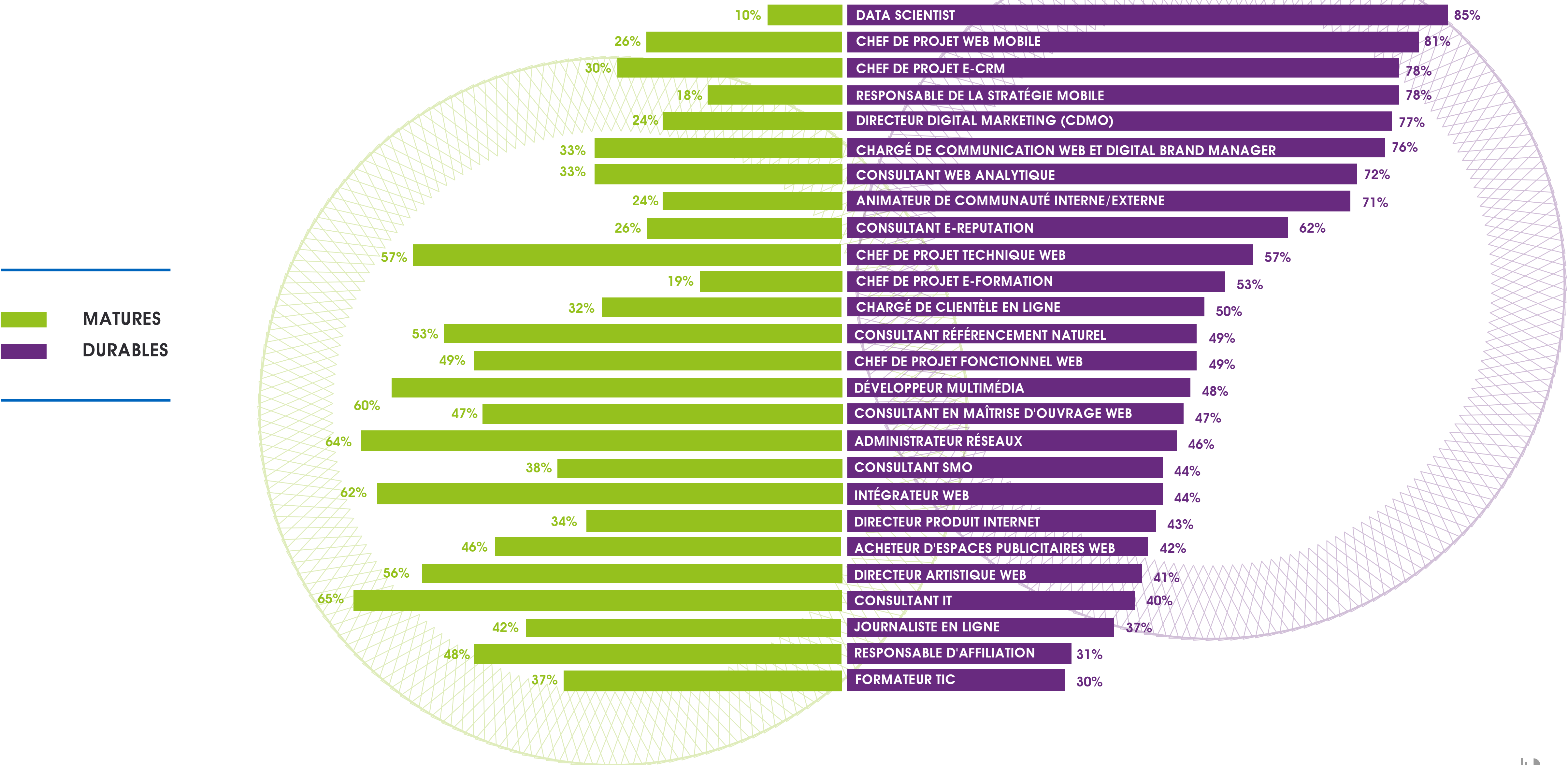


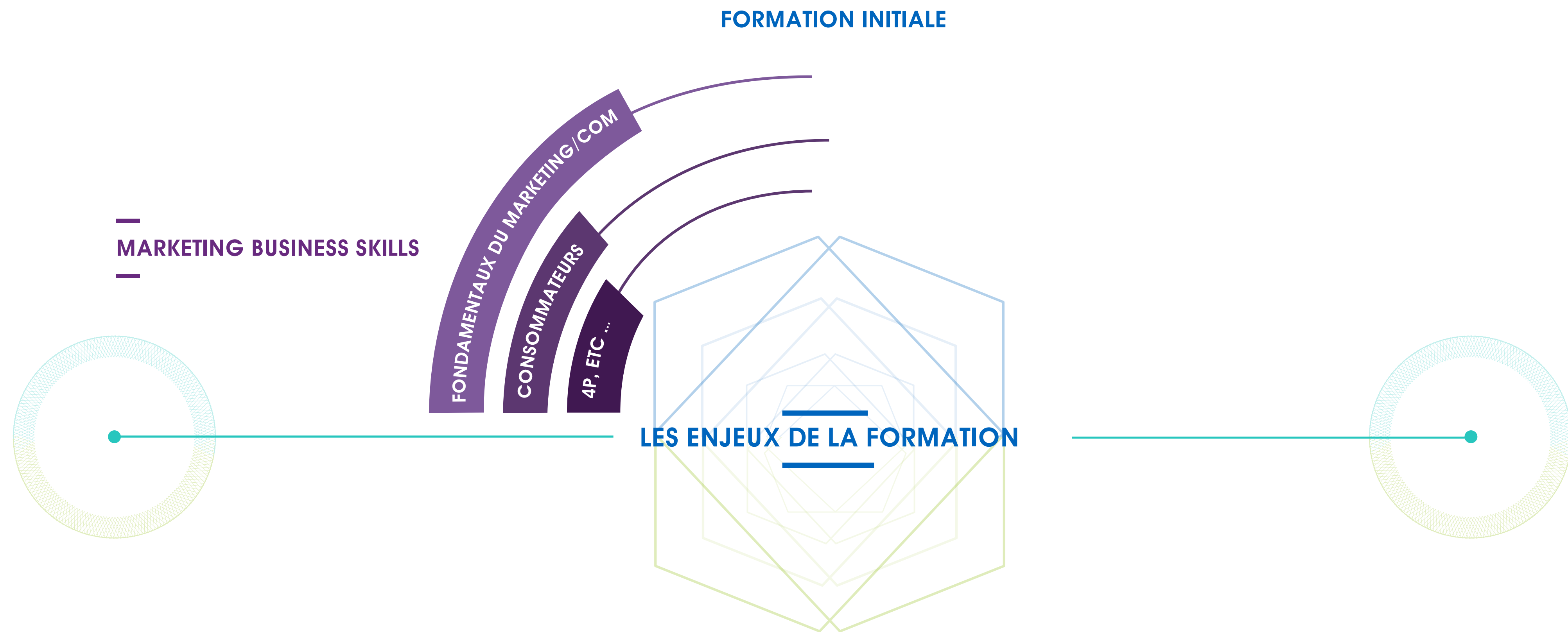


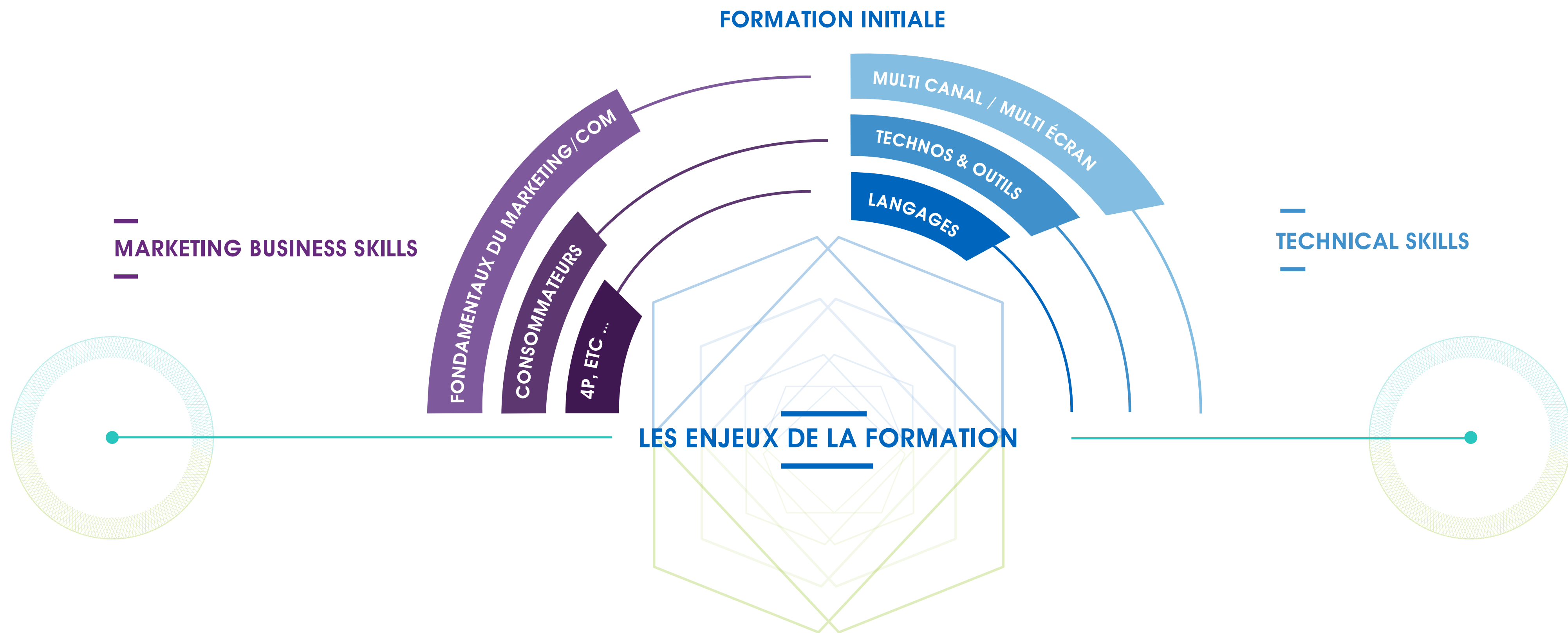
LES MÉTIERS MATURES VS. DURABLES

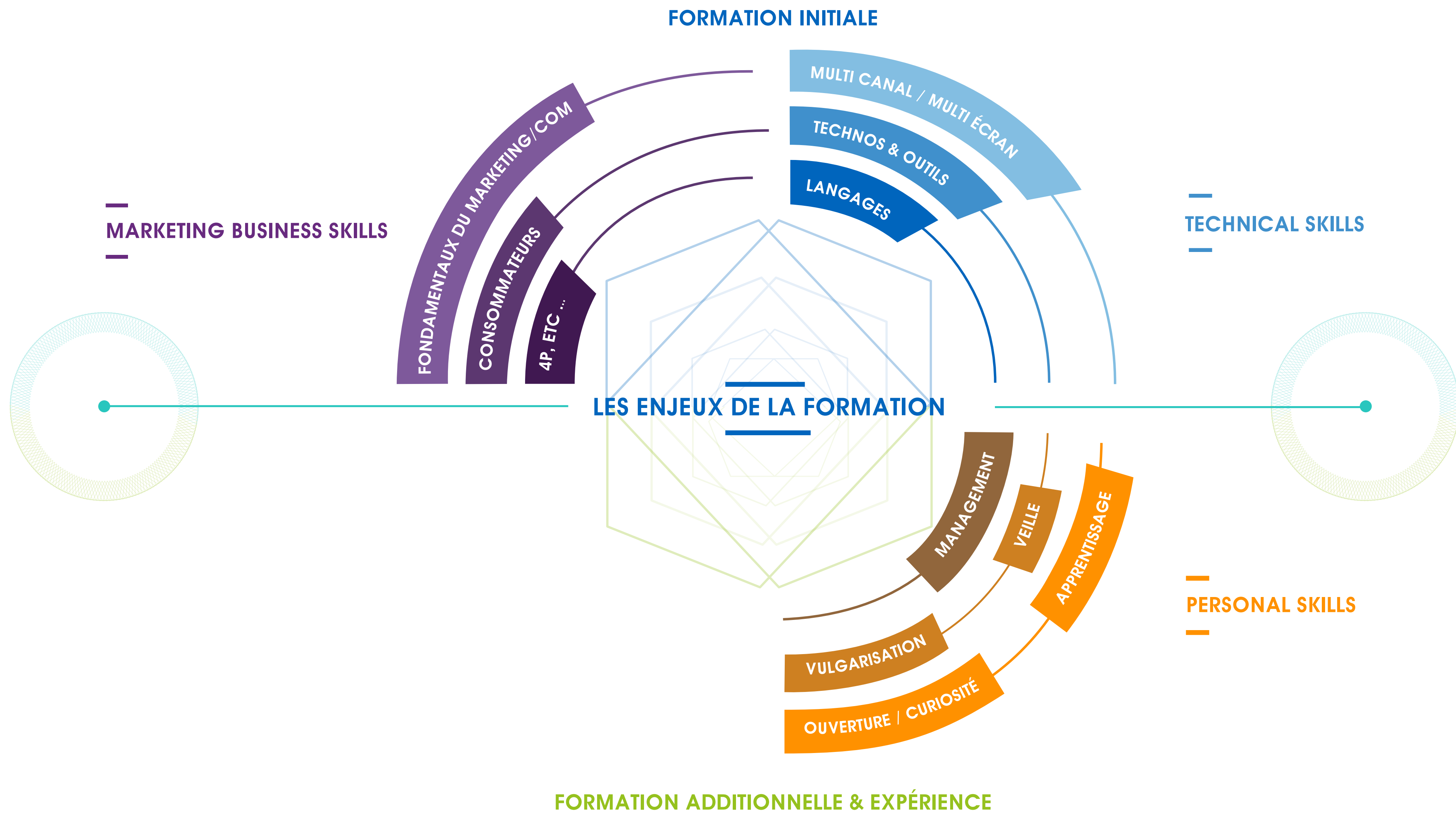


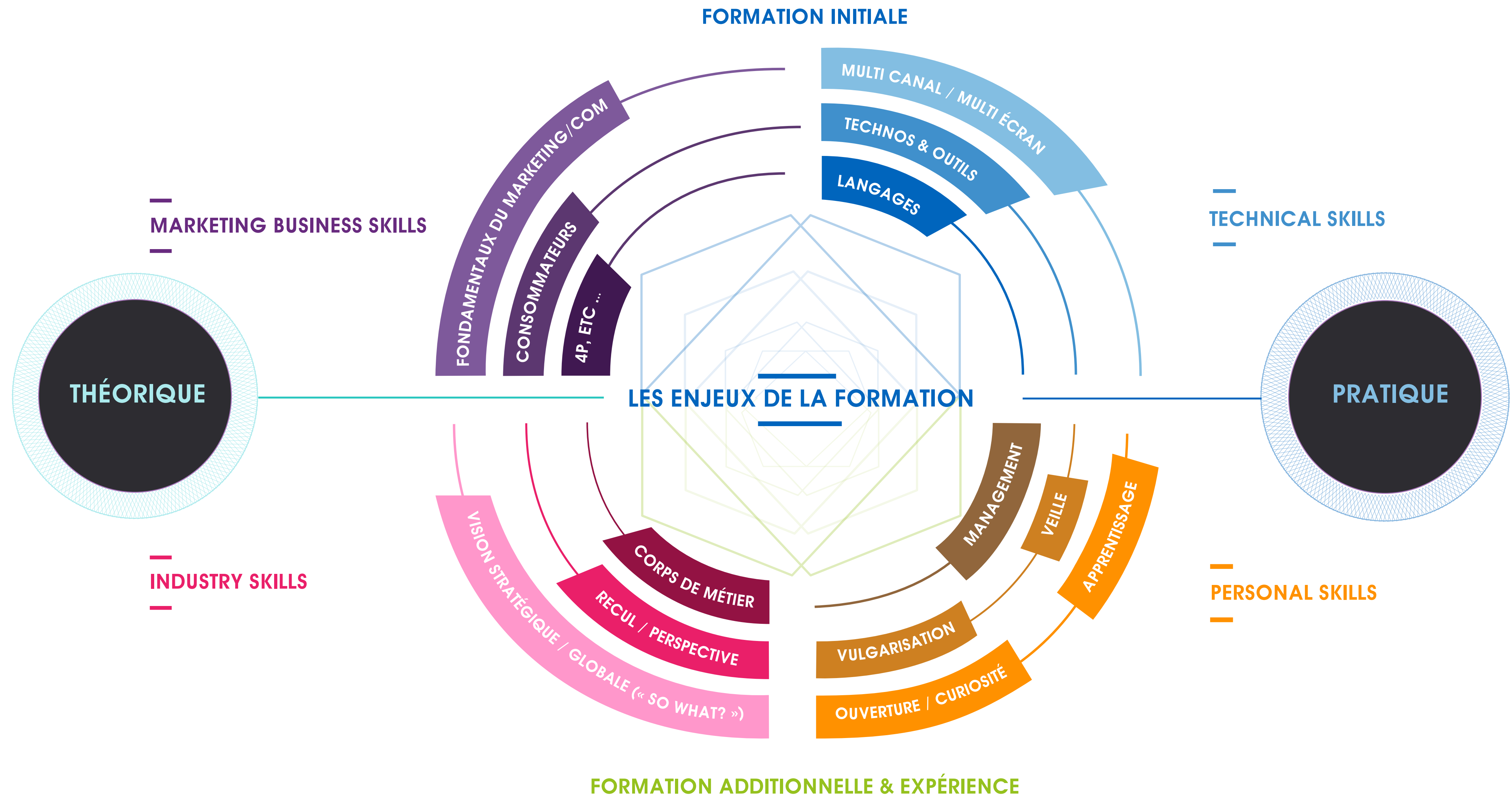
MÉTIRS MATURES VS.DURABLES



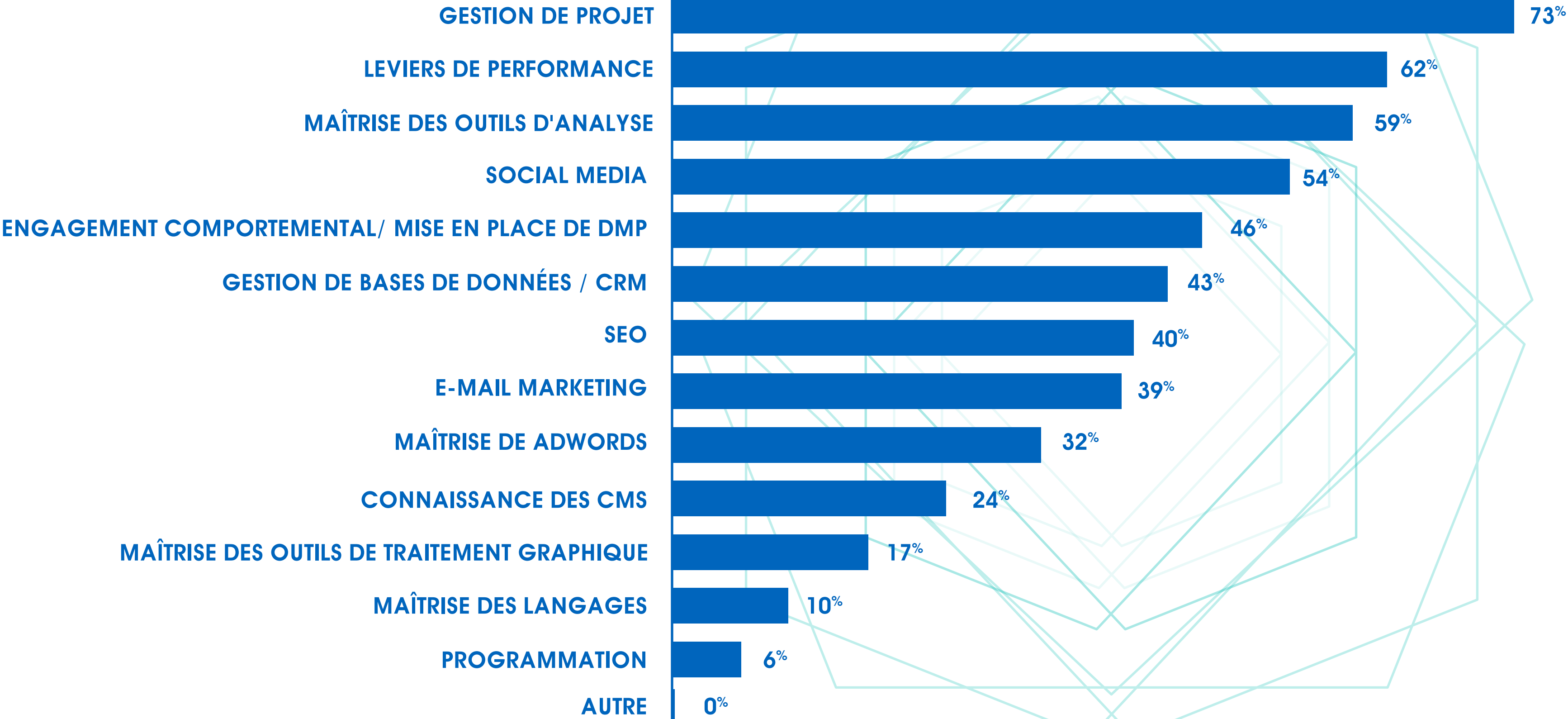




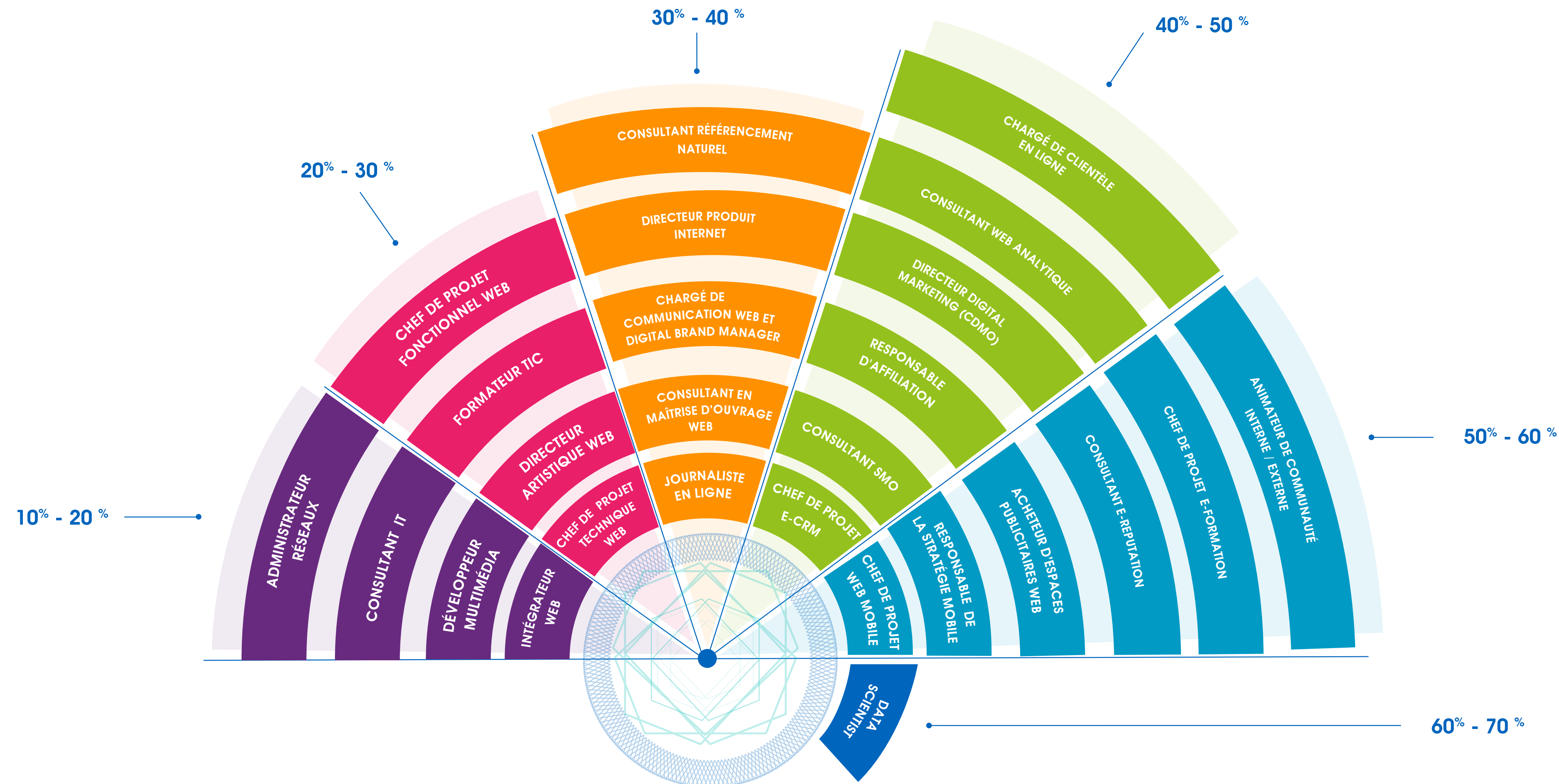




LES COMPÉTENCES NUMÉRIQUES ESSENTIELLES POUR LE MARKETING



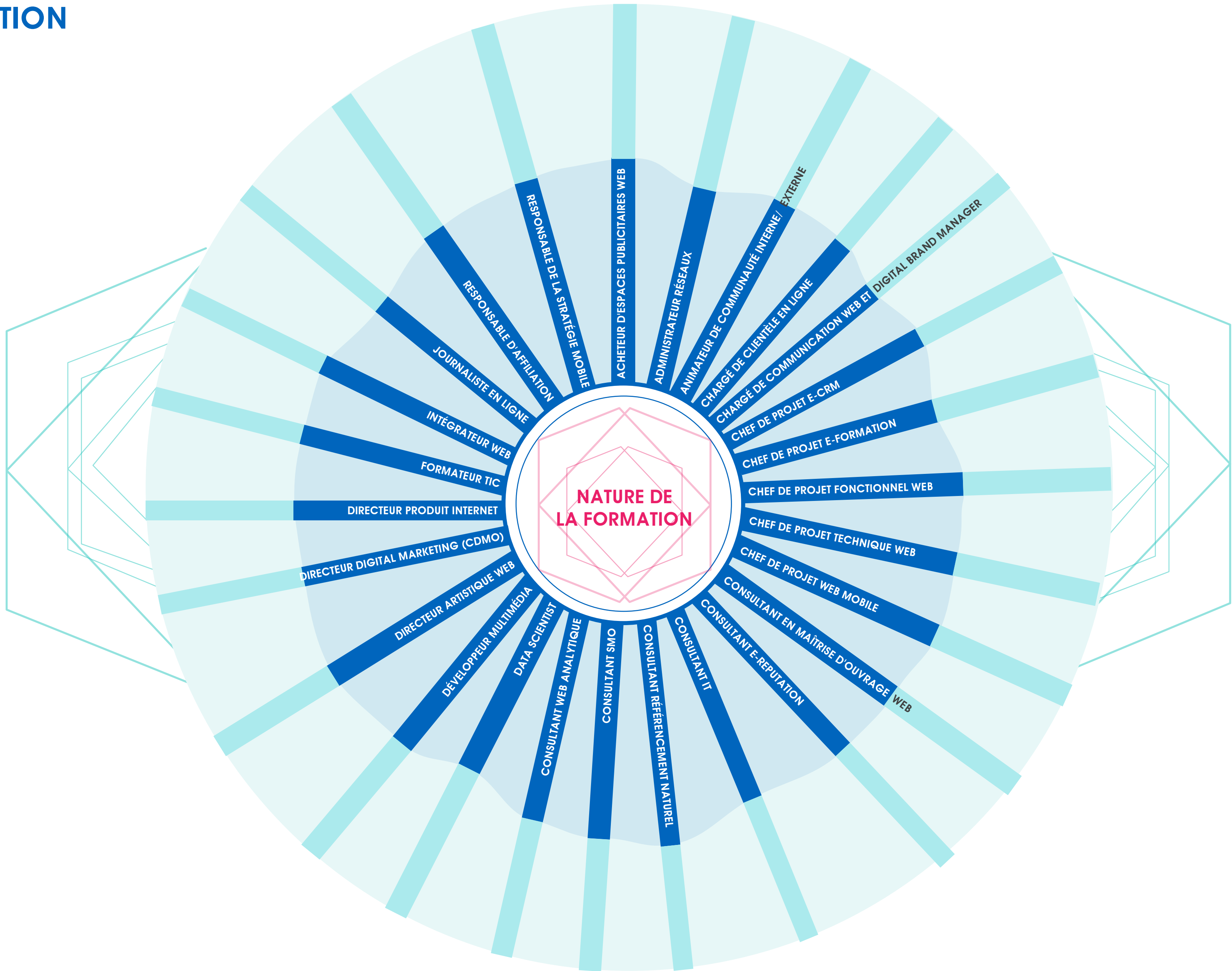
LES MÉTIERS LES MOINS BIEN FORMÉS



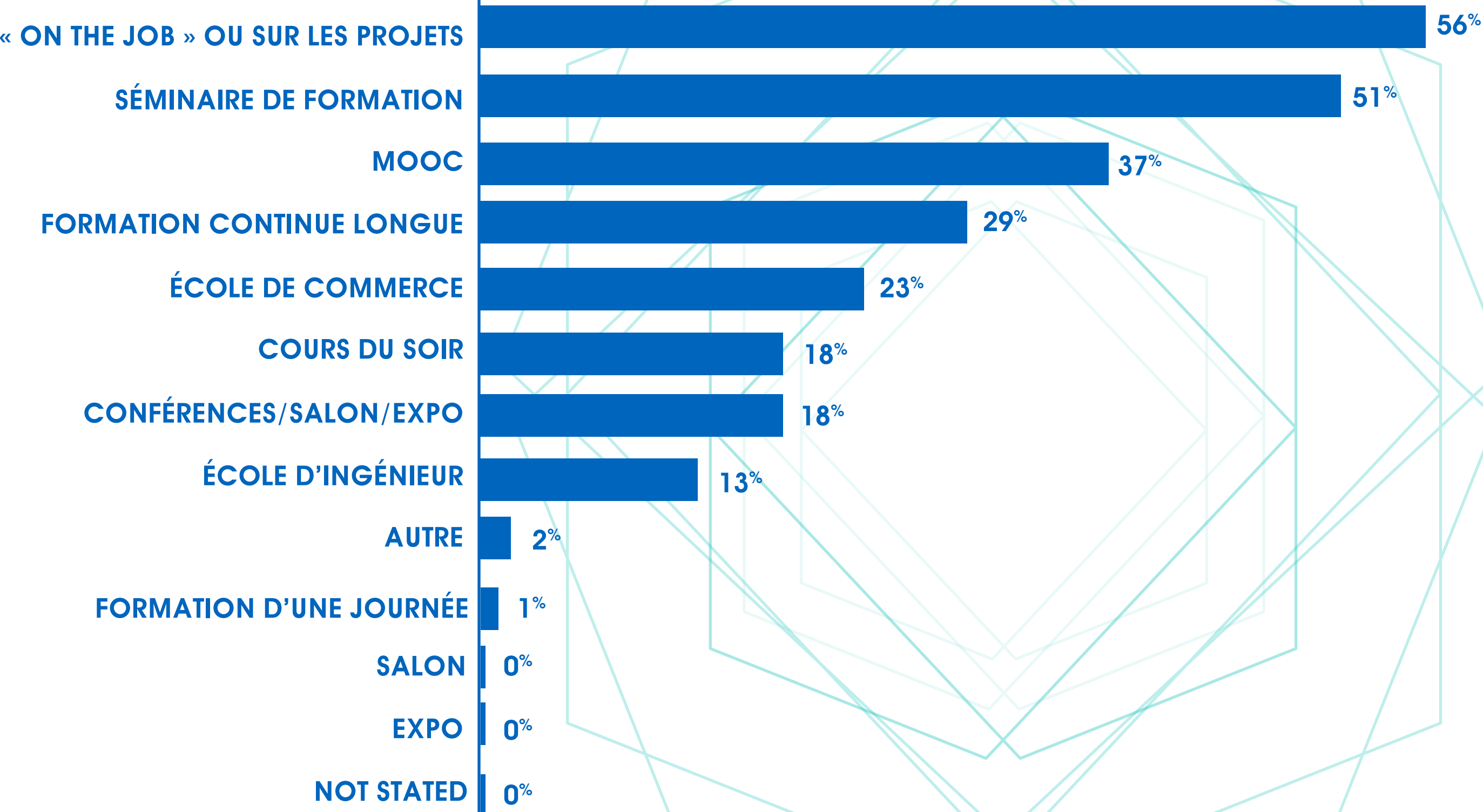
NATURE DE LA FORMATION

PRATIQUE

THÉORIE



LES MOYENS DE FORMATIONS



LES MOYENS DE FORMATION TOP 5 PERTINENCE VS. COMPÉTENCE

ON THE JOB / SUR LES PROJETS

1. SOCIAL MEDIA
2. GESTION DE PROJET
3. MAÎTRISE DES OUTILS D'ANALYSE
4. E-MAIL MARKETING
5. SEO

SÉMINAIRE DE FORMATION

1. MAÎTRISE DE ADWORDS
2. MAÎTRISE DES OUTILS D'ANALYSE
3. E-MAIL MARKETING
4. MAÎTRISE DES OUTILS DE TRAITEMENT GRAPHIQUE
5. SOCIAL MEDIA

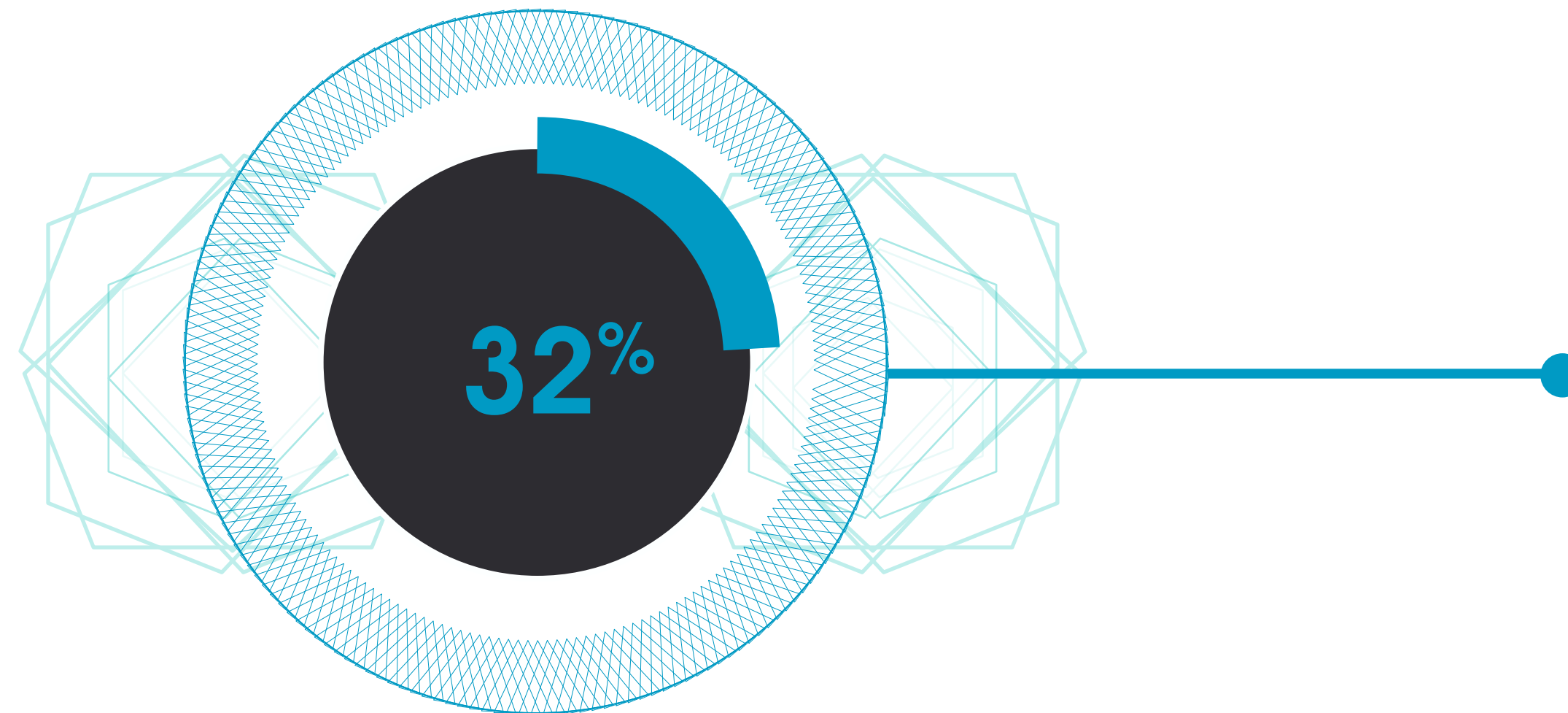
MOOC

1. MAÎTRISE DES OUTILS D'ANALYSE
2. SEO
3. MAÎTRISE DES OUTILS DE TRAITEMENT GRAPHIQUE
4. MAITRISE DE ADWORDS
5. SOCIAL MEDIA (EX-AEQUO)

FORMATION CONTINUE LONGUE

1. LEVIERS DE PERFORMANCE
2. GESTION BDD / CRM (EX-AEQUO)
3. MAÎTRISE DES LANGAGES (EX-AEQUO)
4. ENGAGEMENT COMPORTEMENTAL / MISE EN PLACE DE DMP
5. SEO

LES FORMATIONS LES PLUS CITÉES



DES ACTEURS DU MARKETING DIGITAL NE CONNAISSENT AUCUNE FORMATION PARTICULIÈRE !

