



#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
- Membre du conseil
d'administration
IAB 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**



|

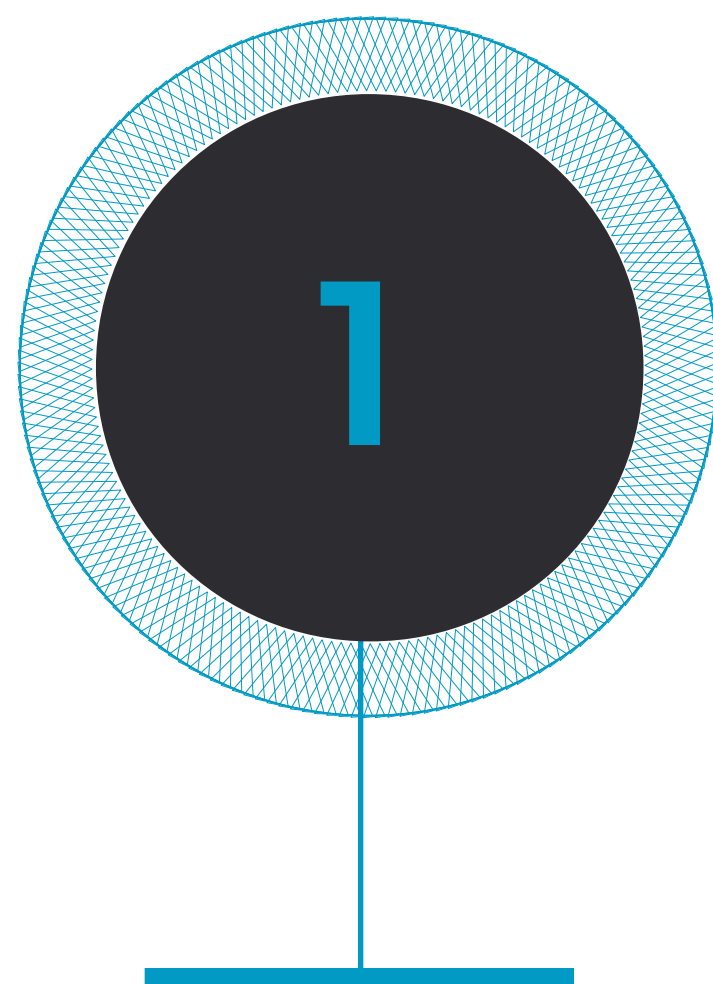
LOI DE MOORE

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...

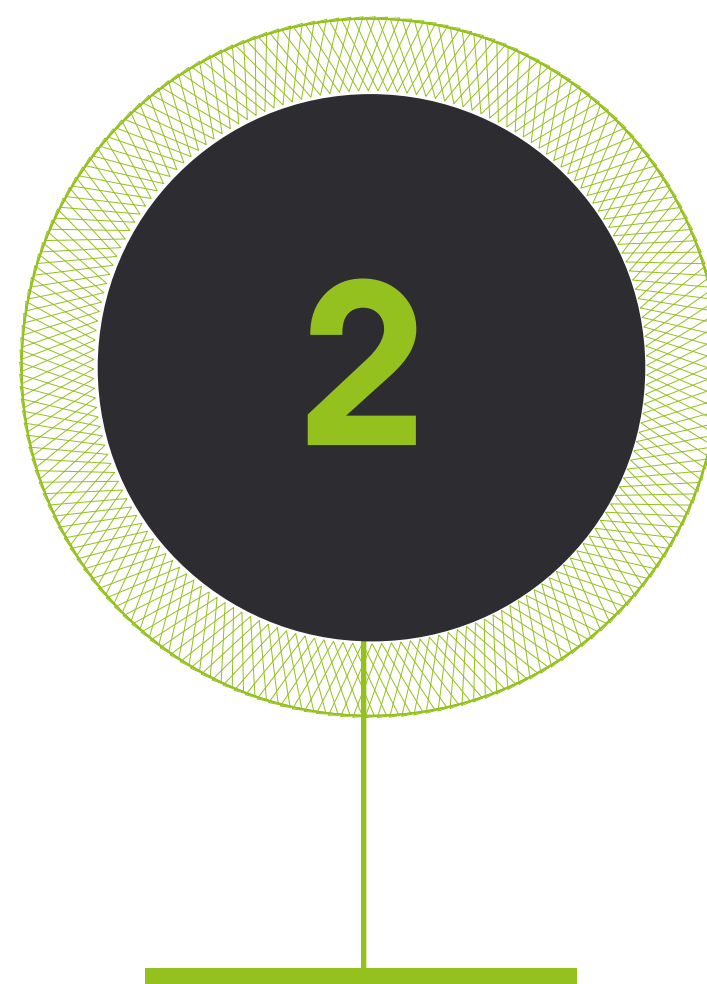
Où est le marketing là-dedans ?

MÉTHODOLOGIE

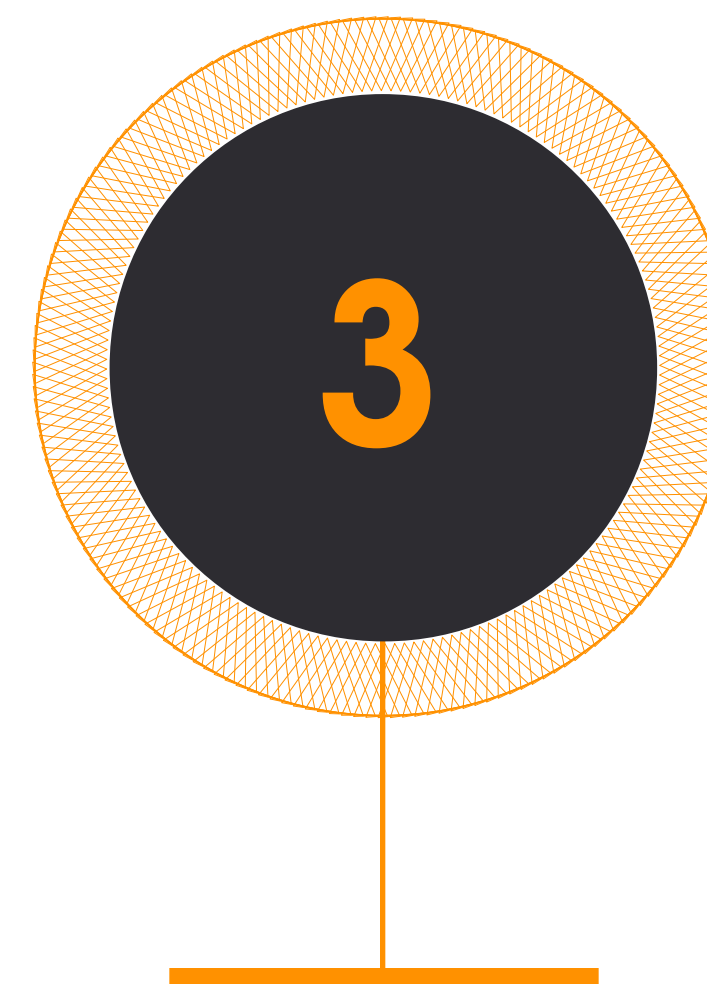
UNE ÉTUDE S'ARTICULANT AUTOUR DE 4 DISPOSITIFS



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

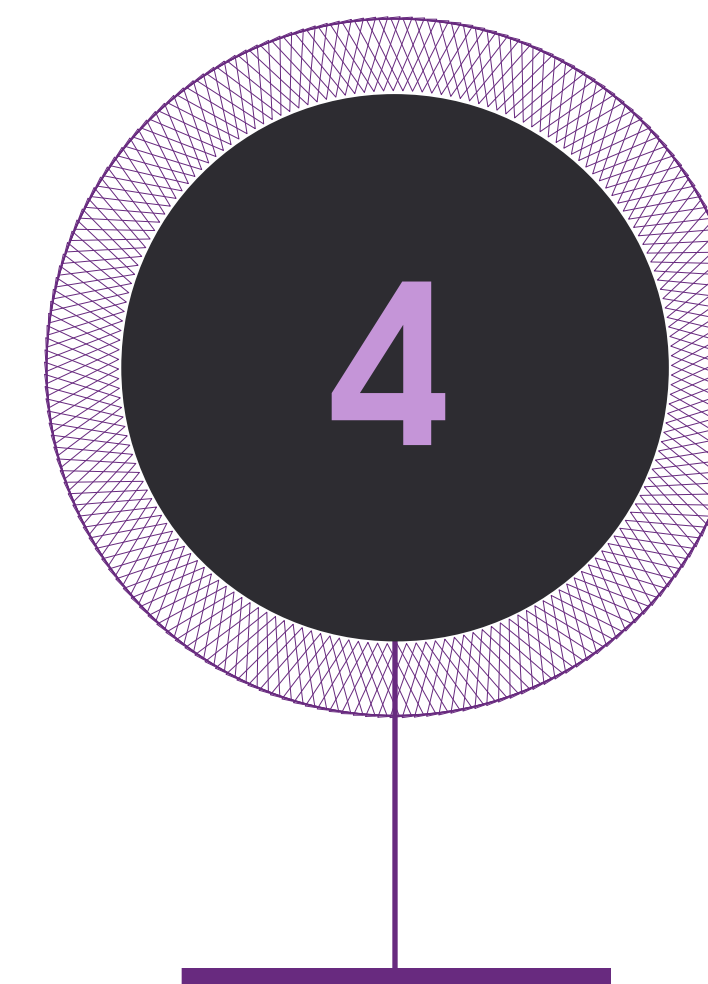


UNE ÉTUDE DOCUMENTAIRE



**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

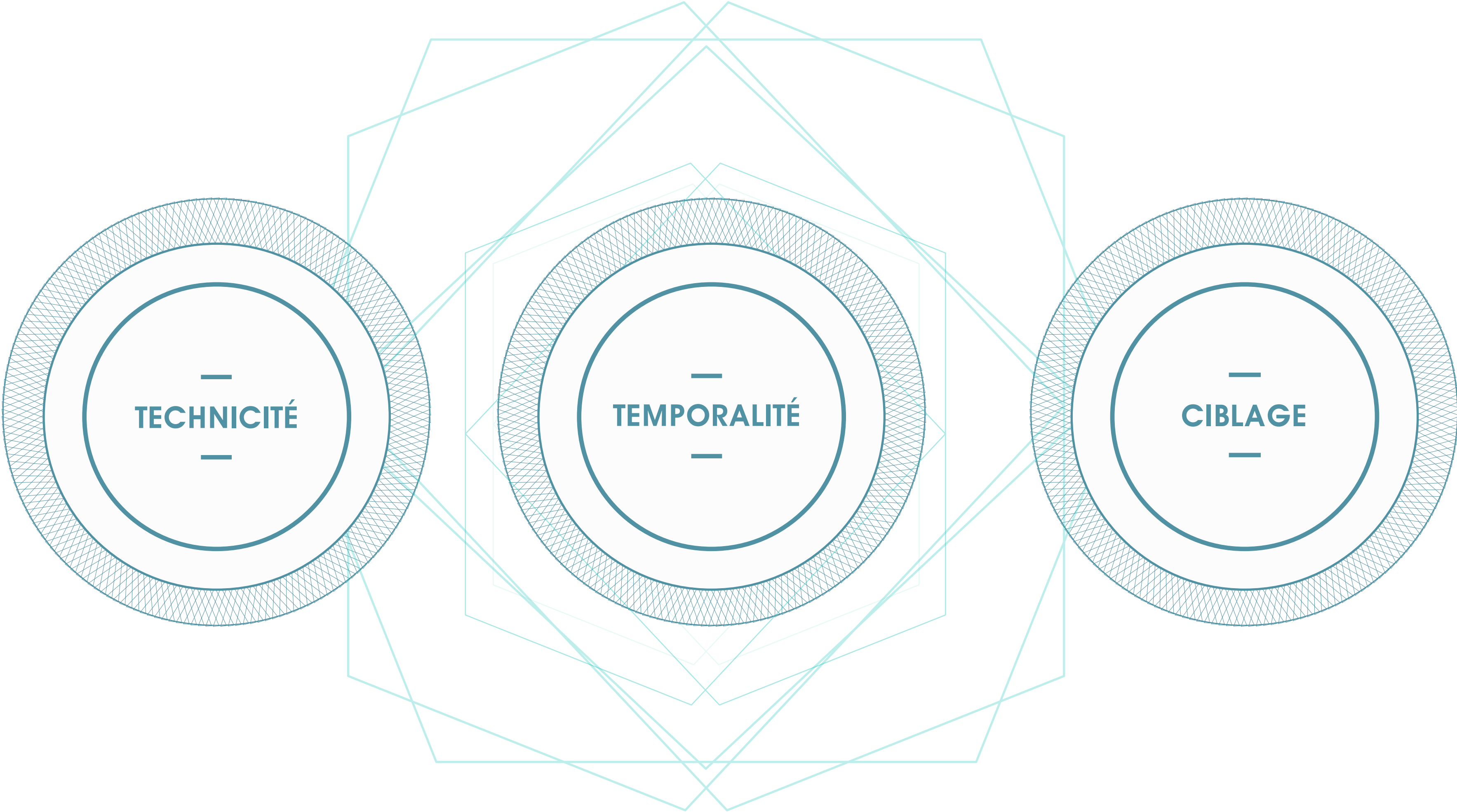
1. QU'EST CE QUE LE MARKETING DIGITAL ?

2. LES DOMAINES DE COMPÉTENCES

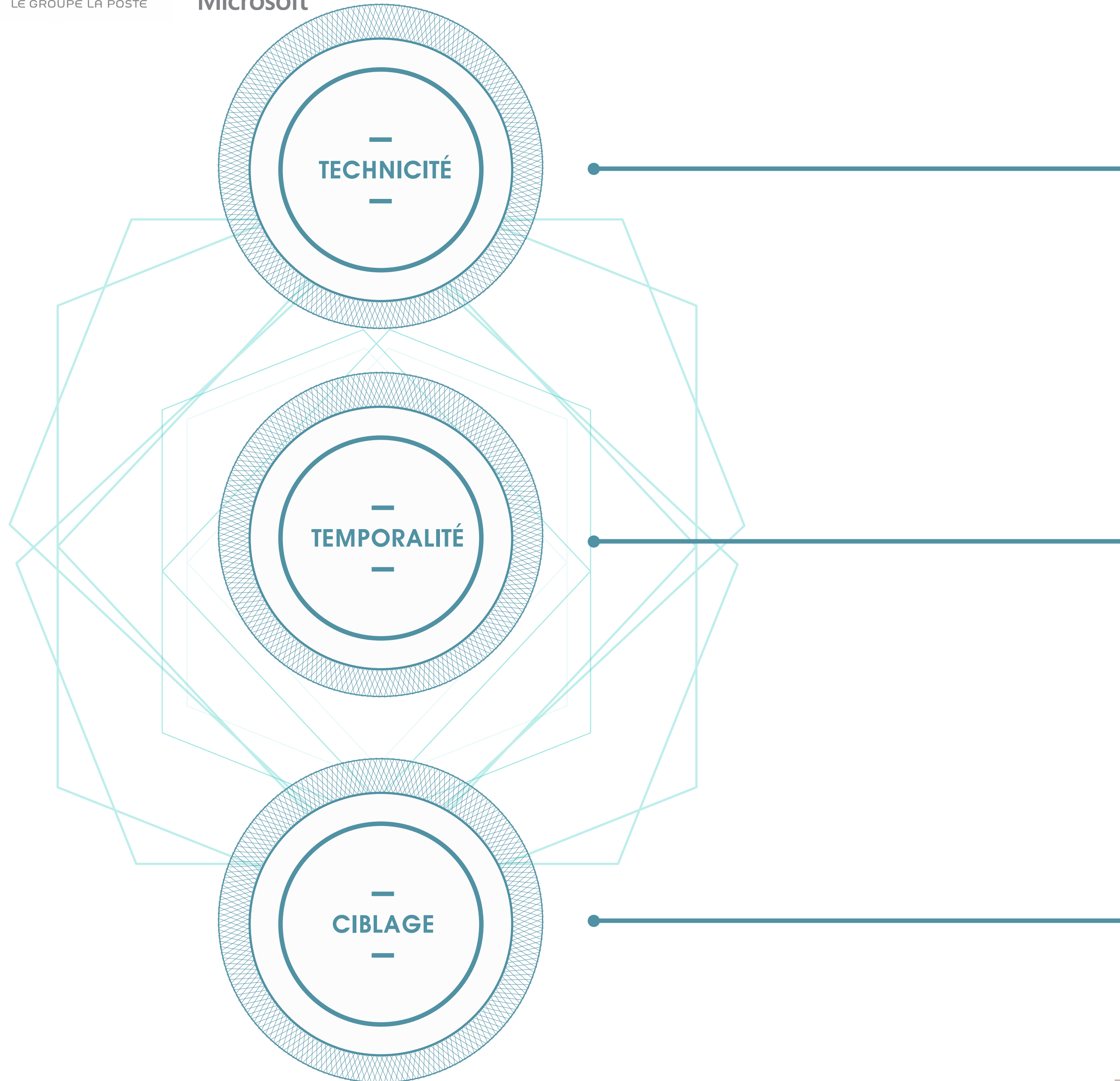
3. CARTOGRAPHIE DYNAMIQUE DES MÉTIERS

4. LES ENJEUX DE LA FORMATION

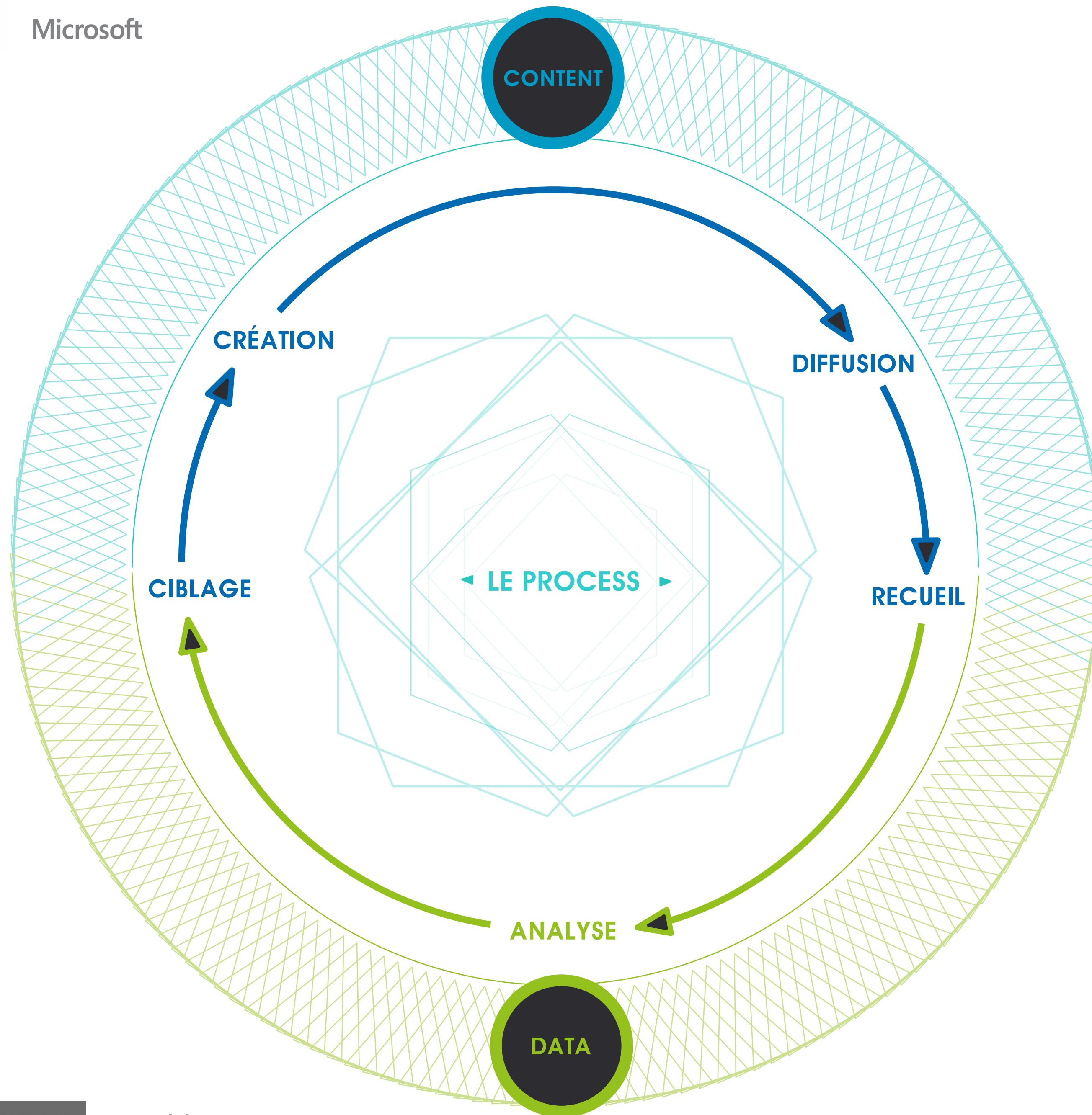
LES SPÉCIFICITÉS DU
MARKETING DIGITAL



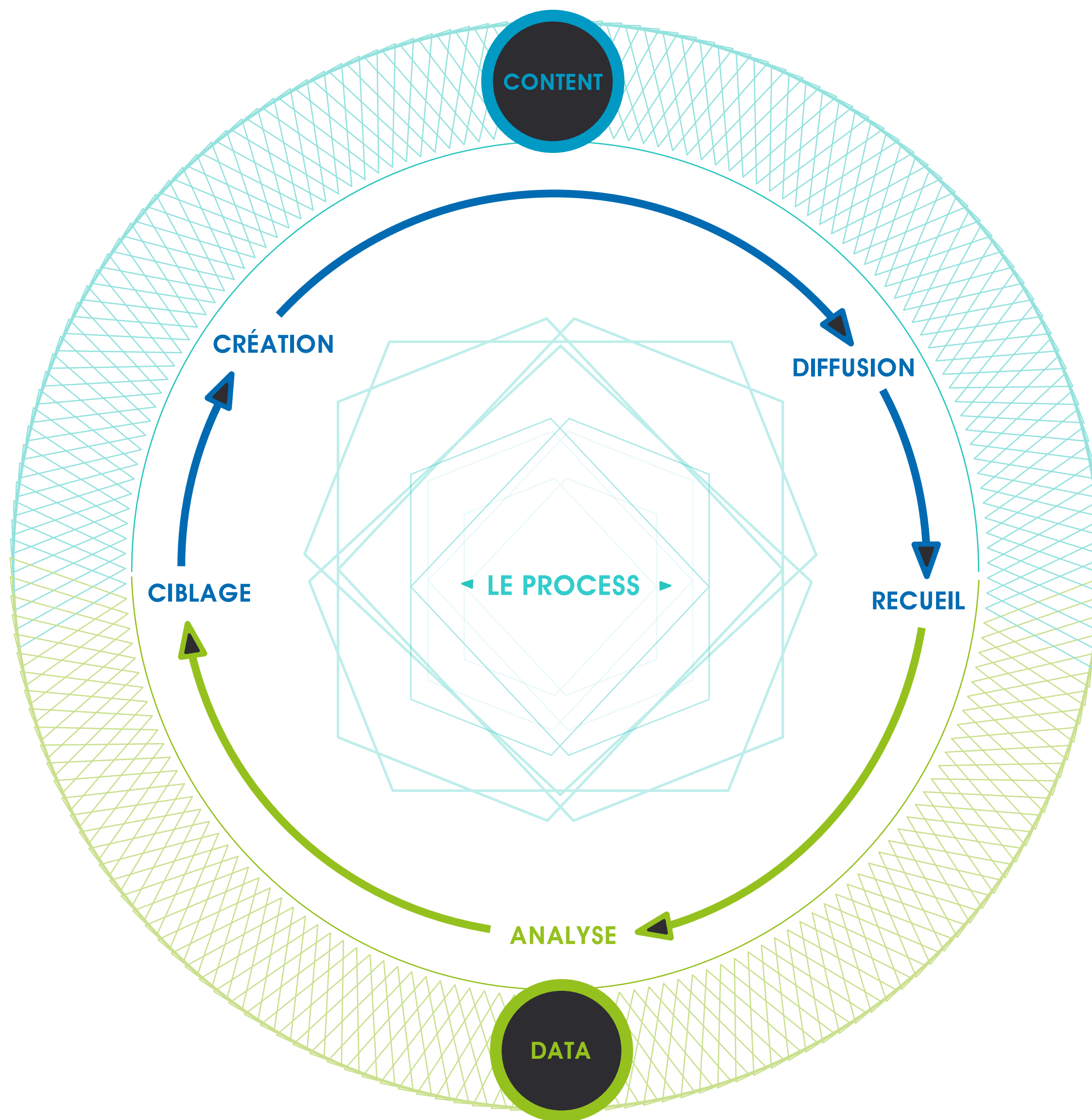
LES SPÉCIFICITÉS DU MARKETING DIGITAL



LE PROCESS DU MARKETING DIGITAL



LES 5 COMPÉTENCES CLÉS DANS LE PROCESS MARKETING



1.

COMPÉTENCE
ANALYTIQUE

2.

COMPÉTENCE
TECHNIQUE

3.

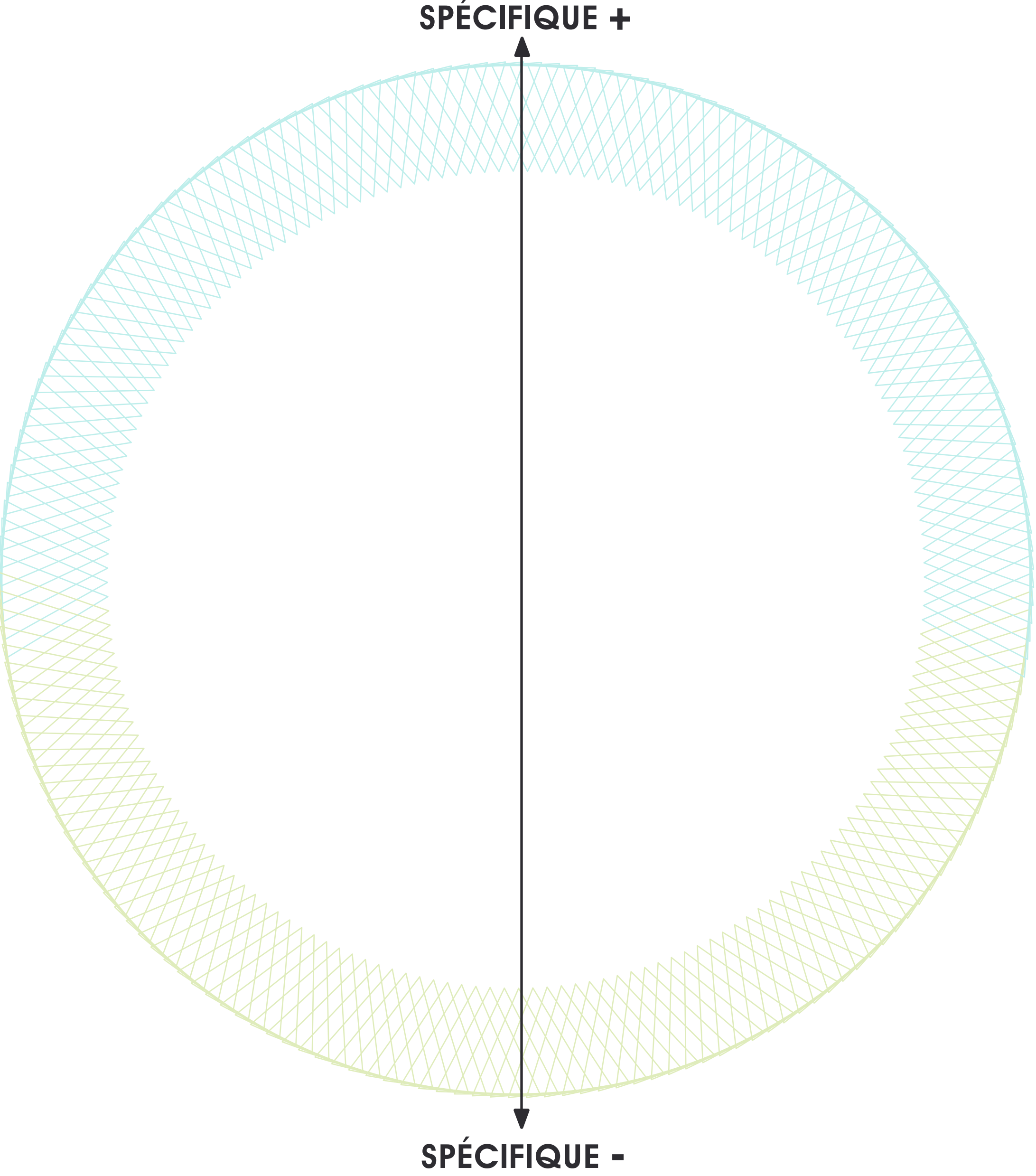
COMPÉTENCE
CRÉATIVE

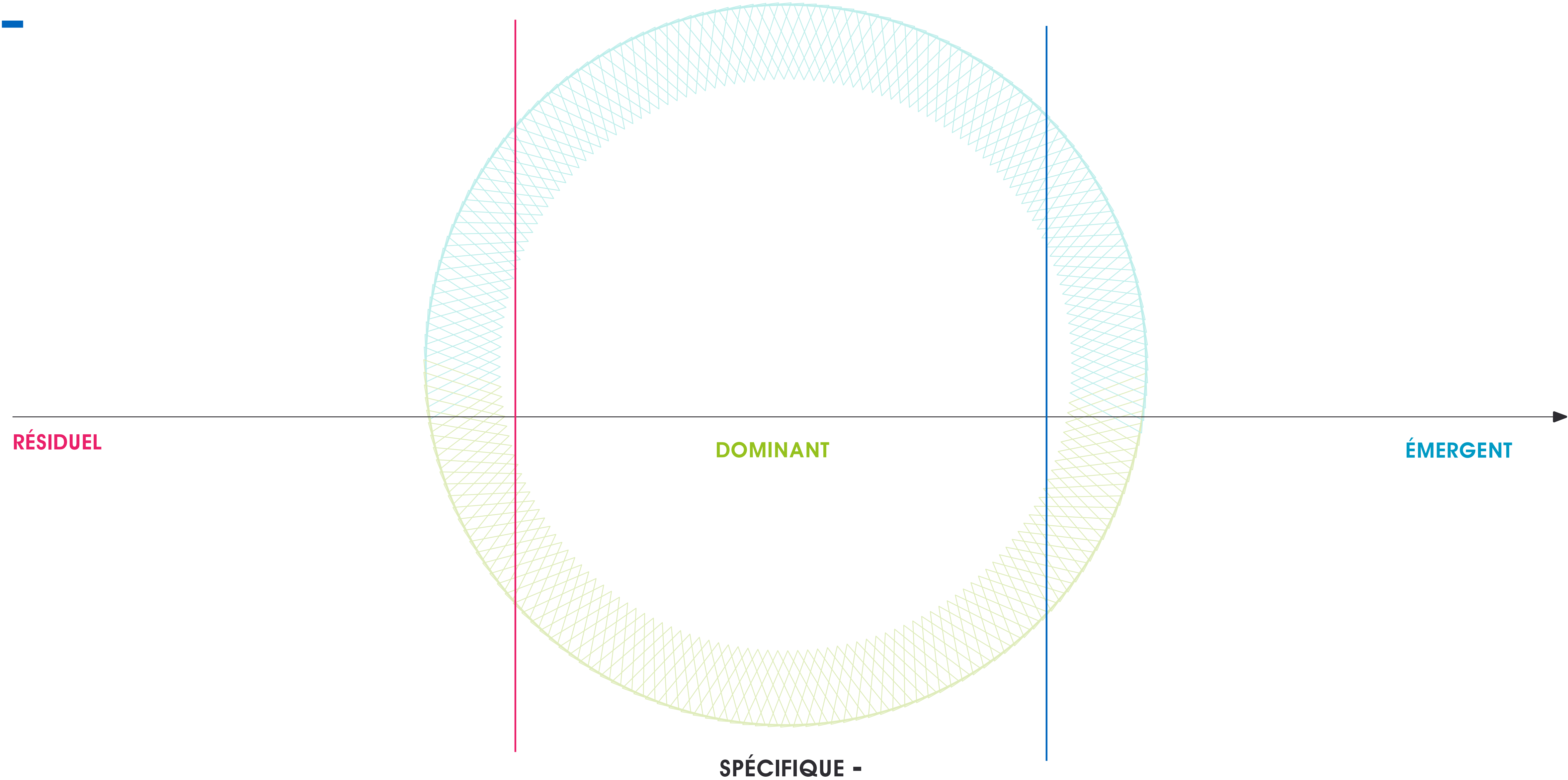
4.

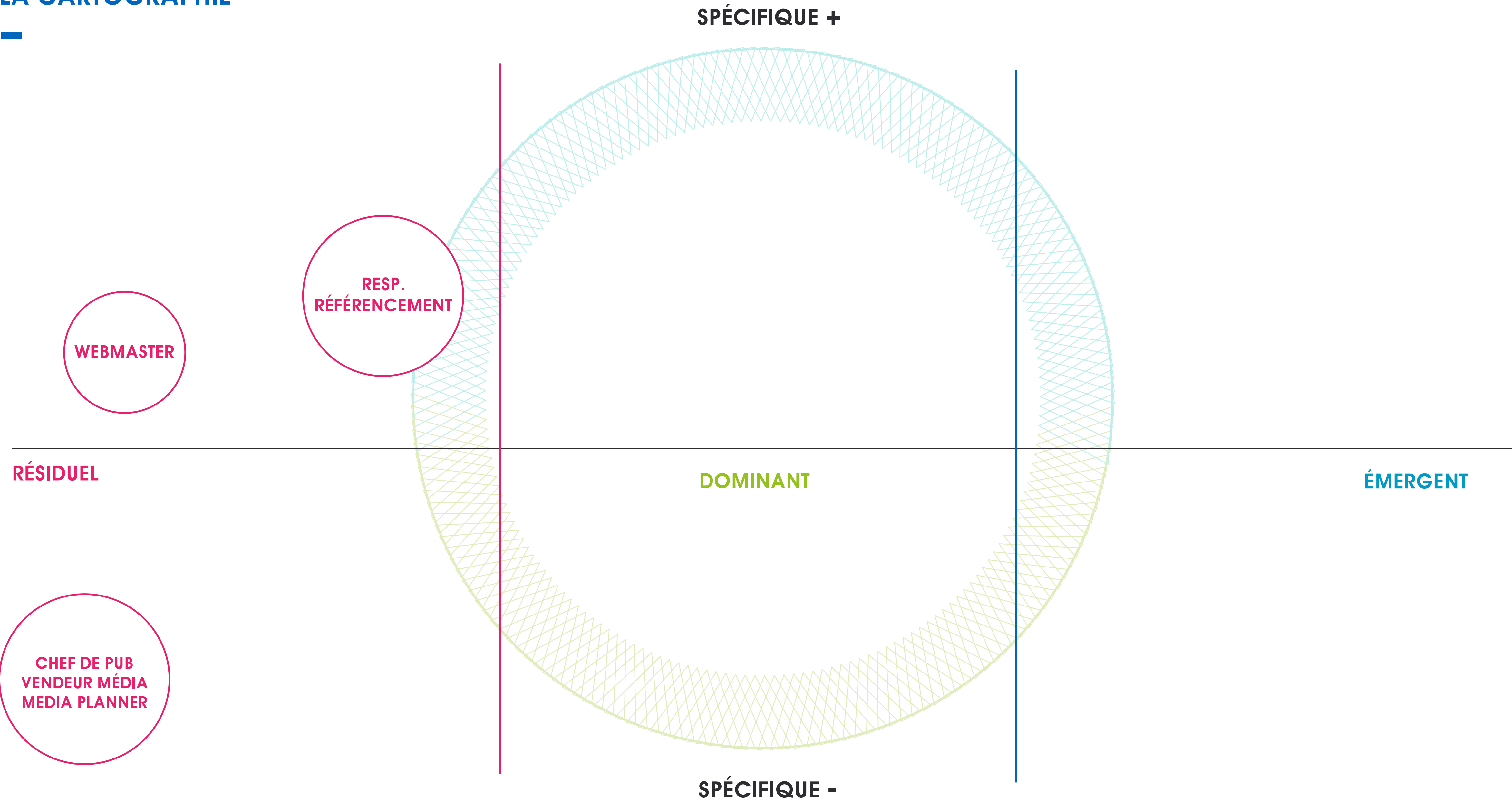
COMPÉTENCE
INTERFACE
CONSO.

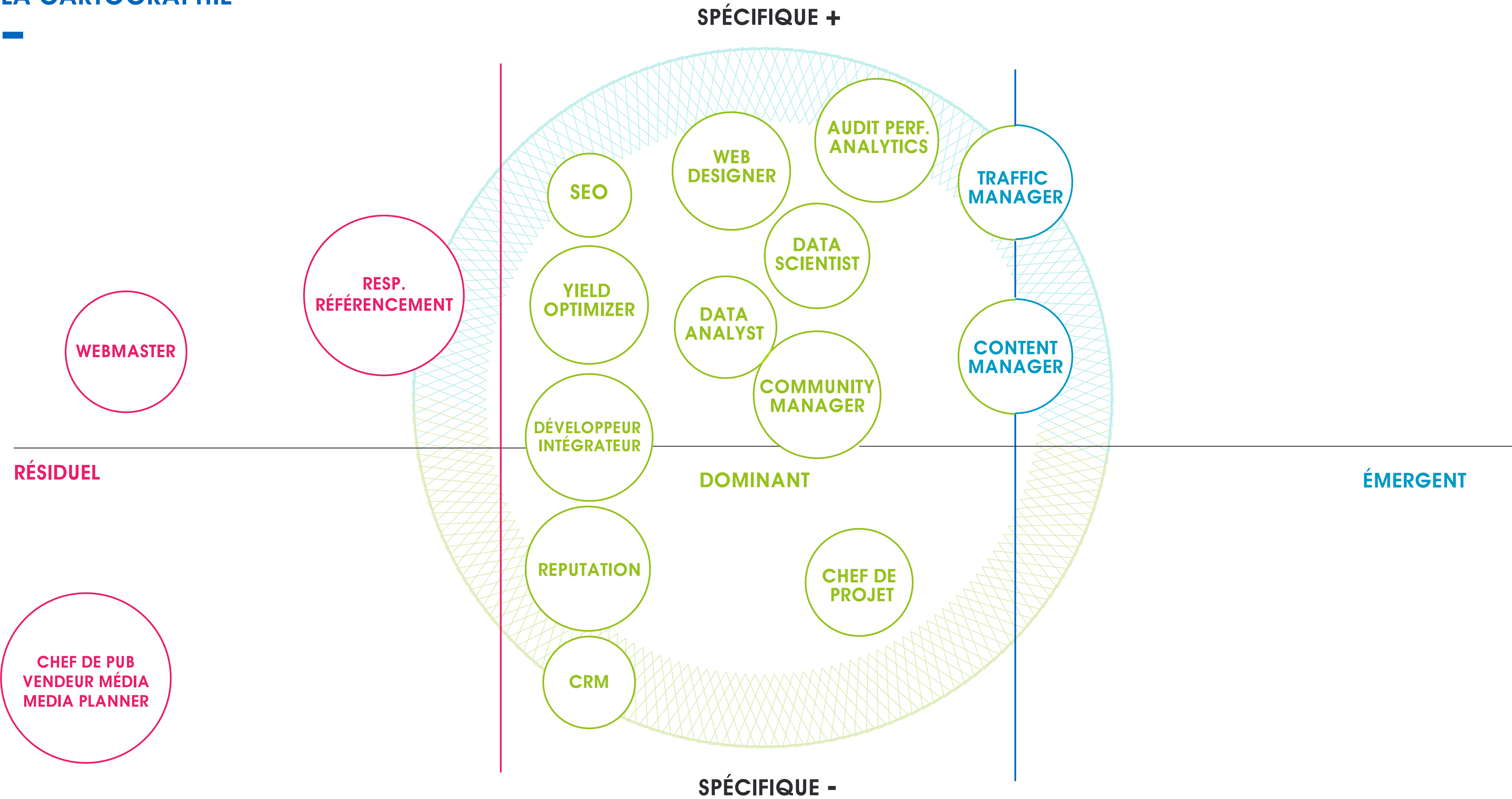
5.

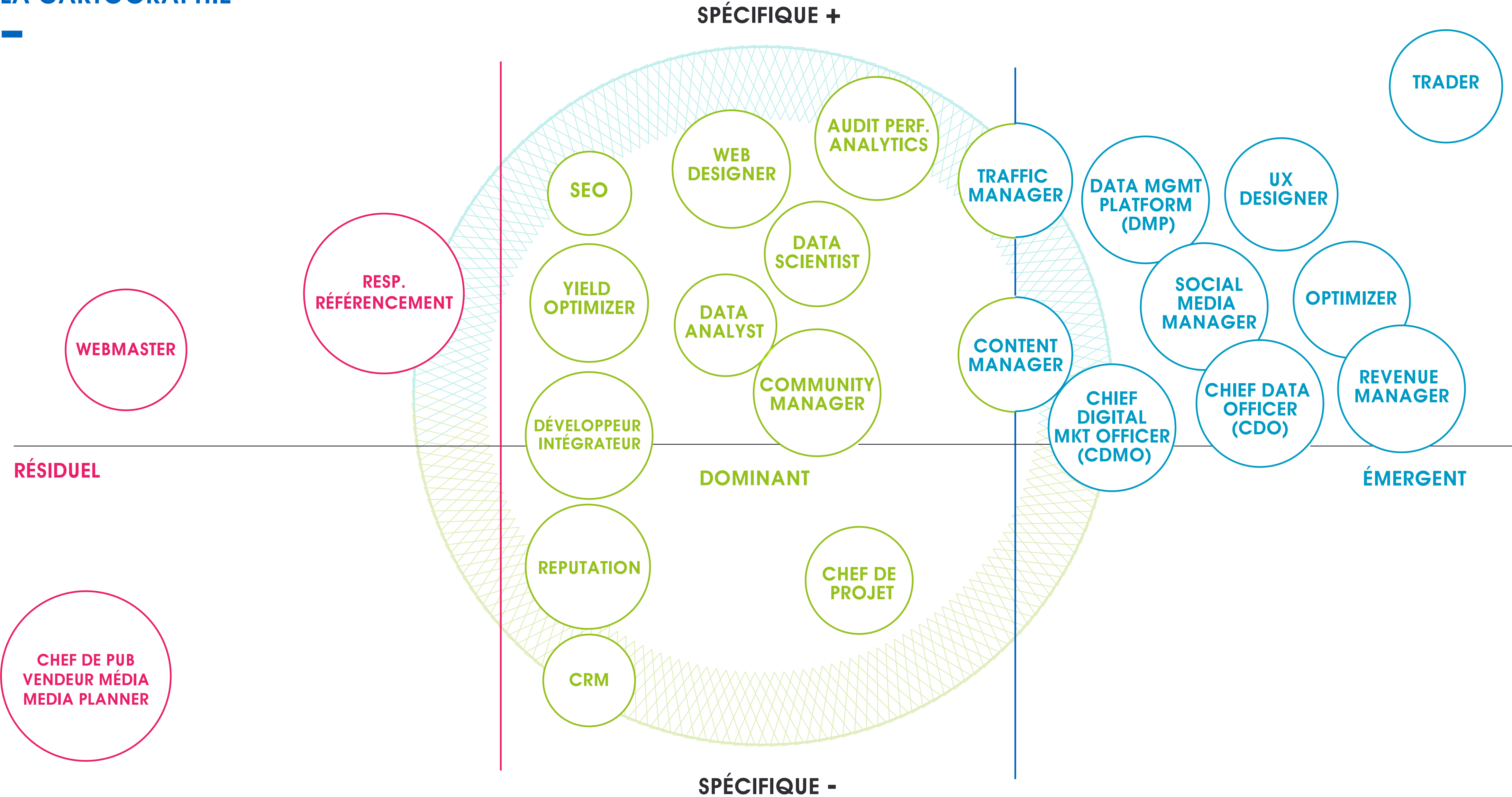
COMPÉTENCE
MANAGT./
ORGA.



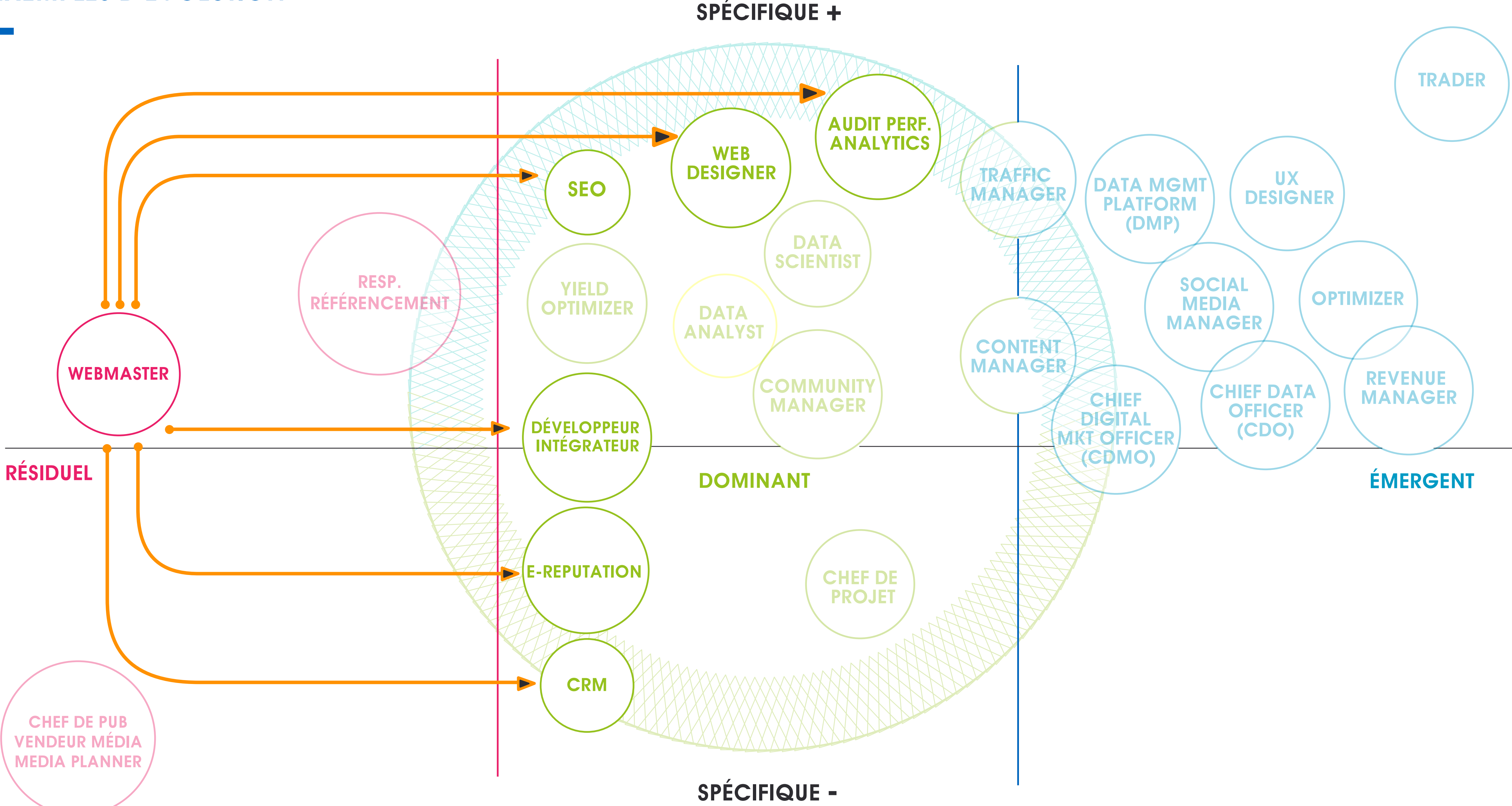




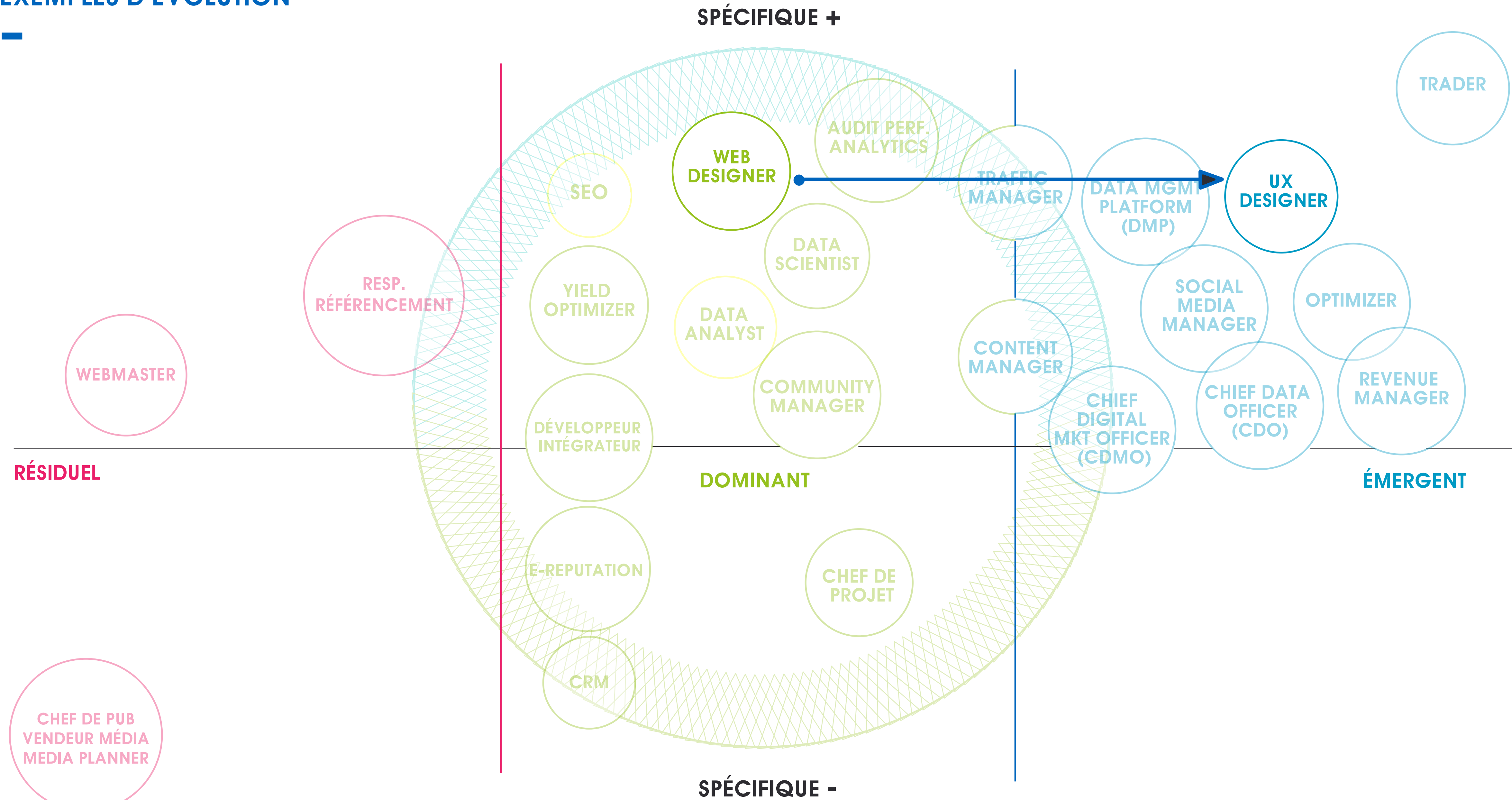




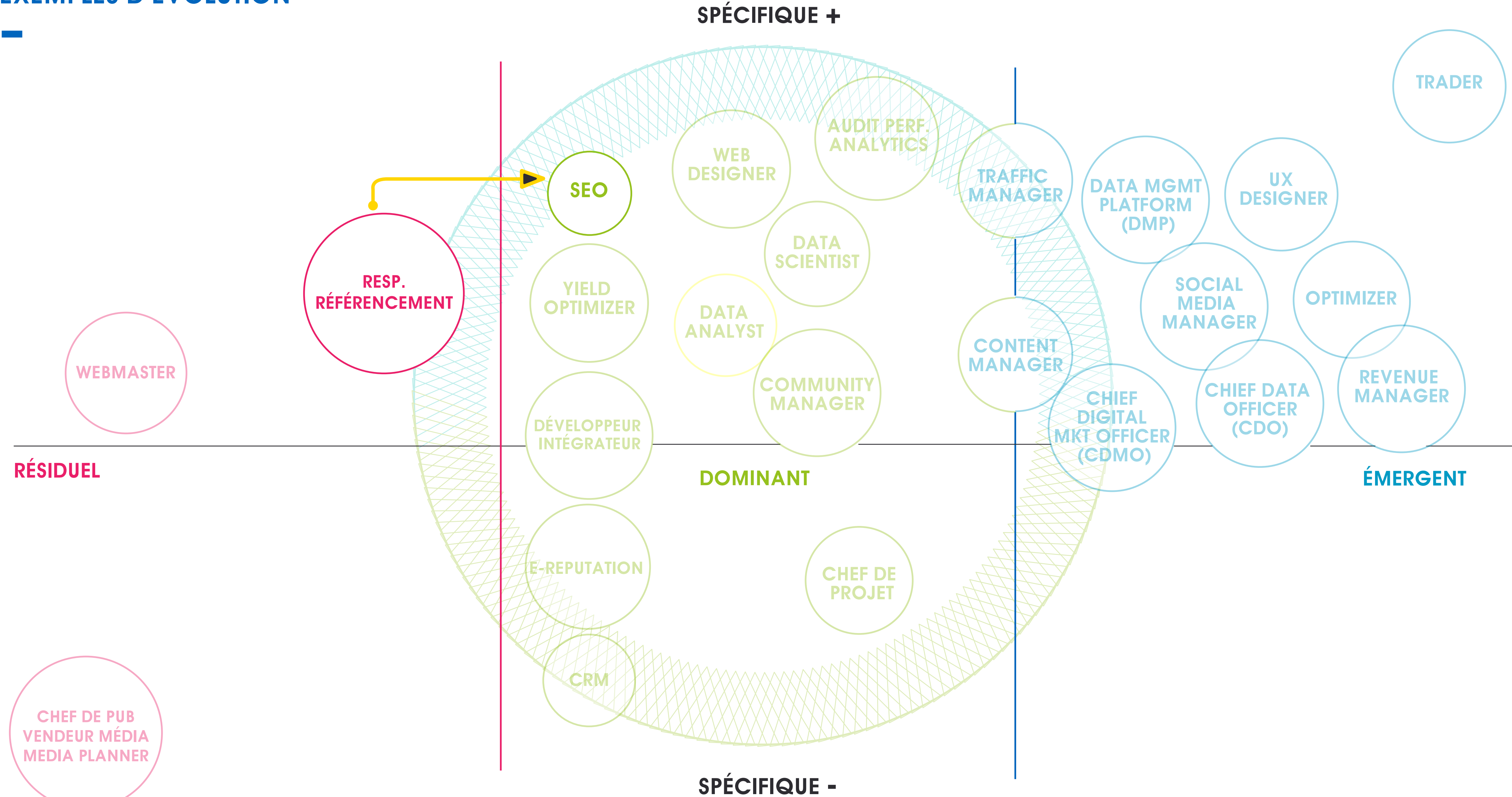
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



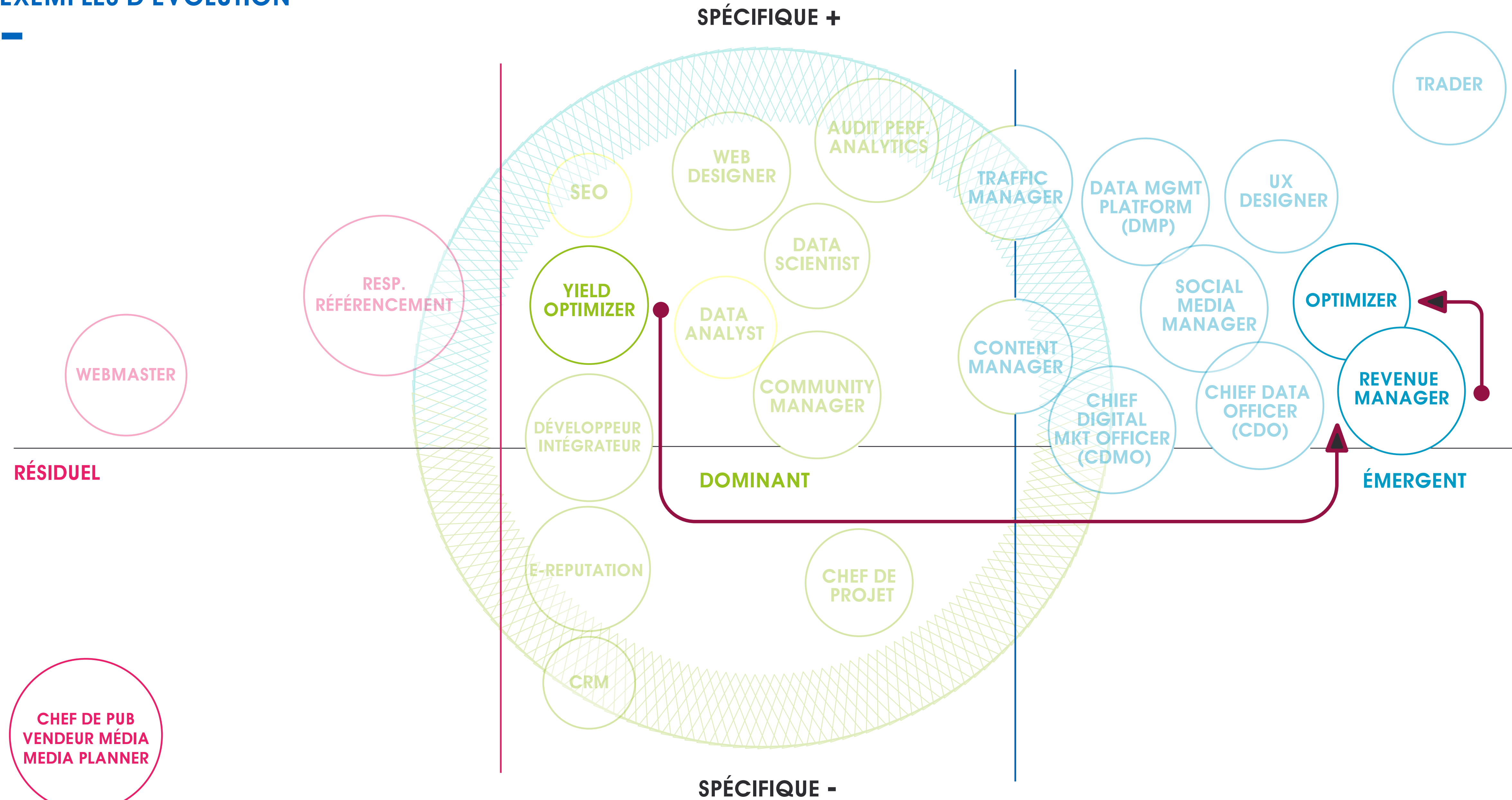
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



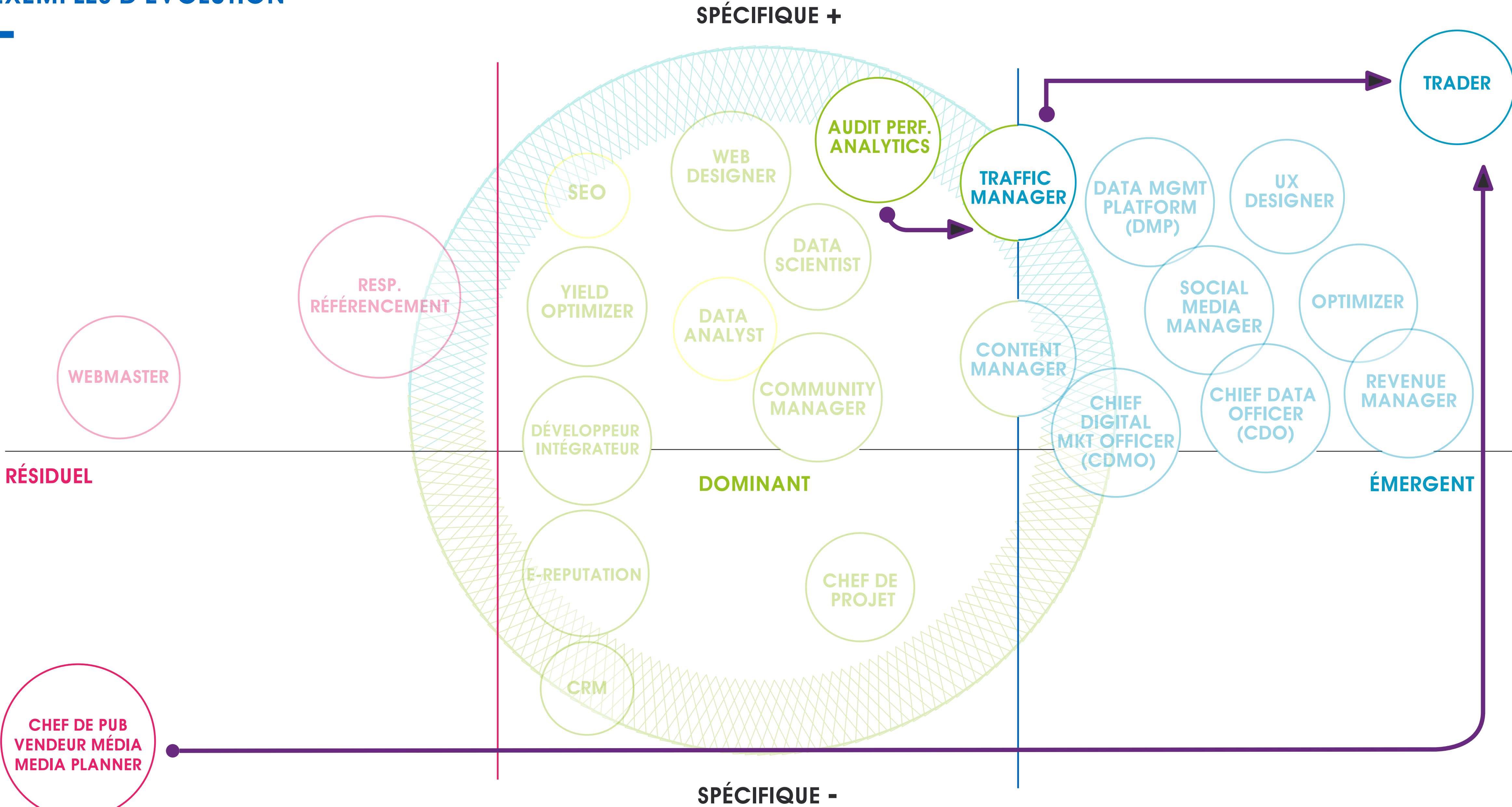
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



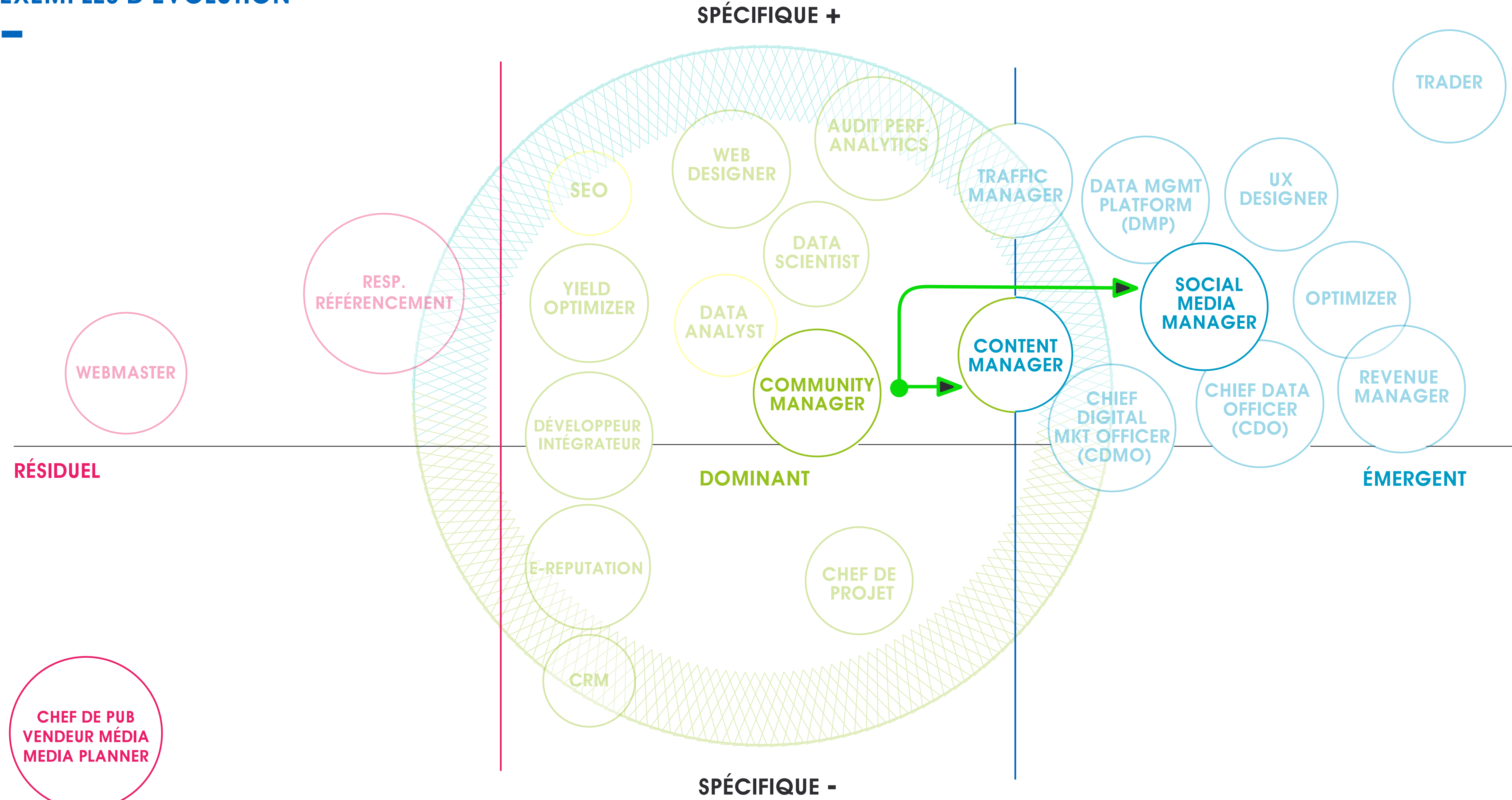
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



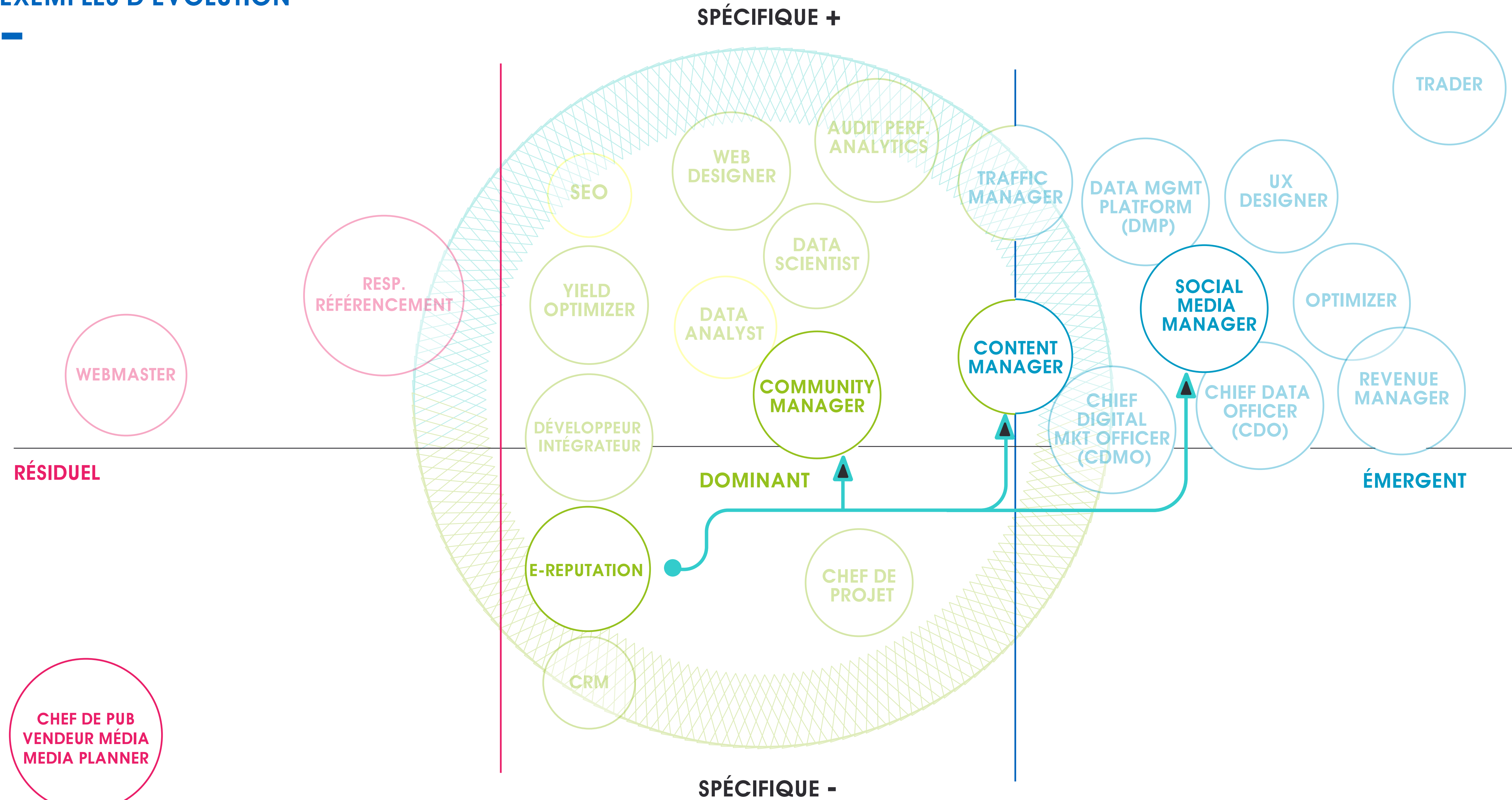
EXEMPLES D'ÉVOLUTION



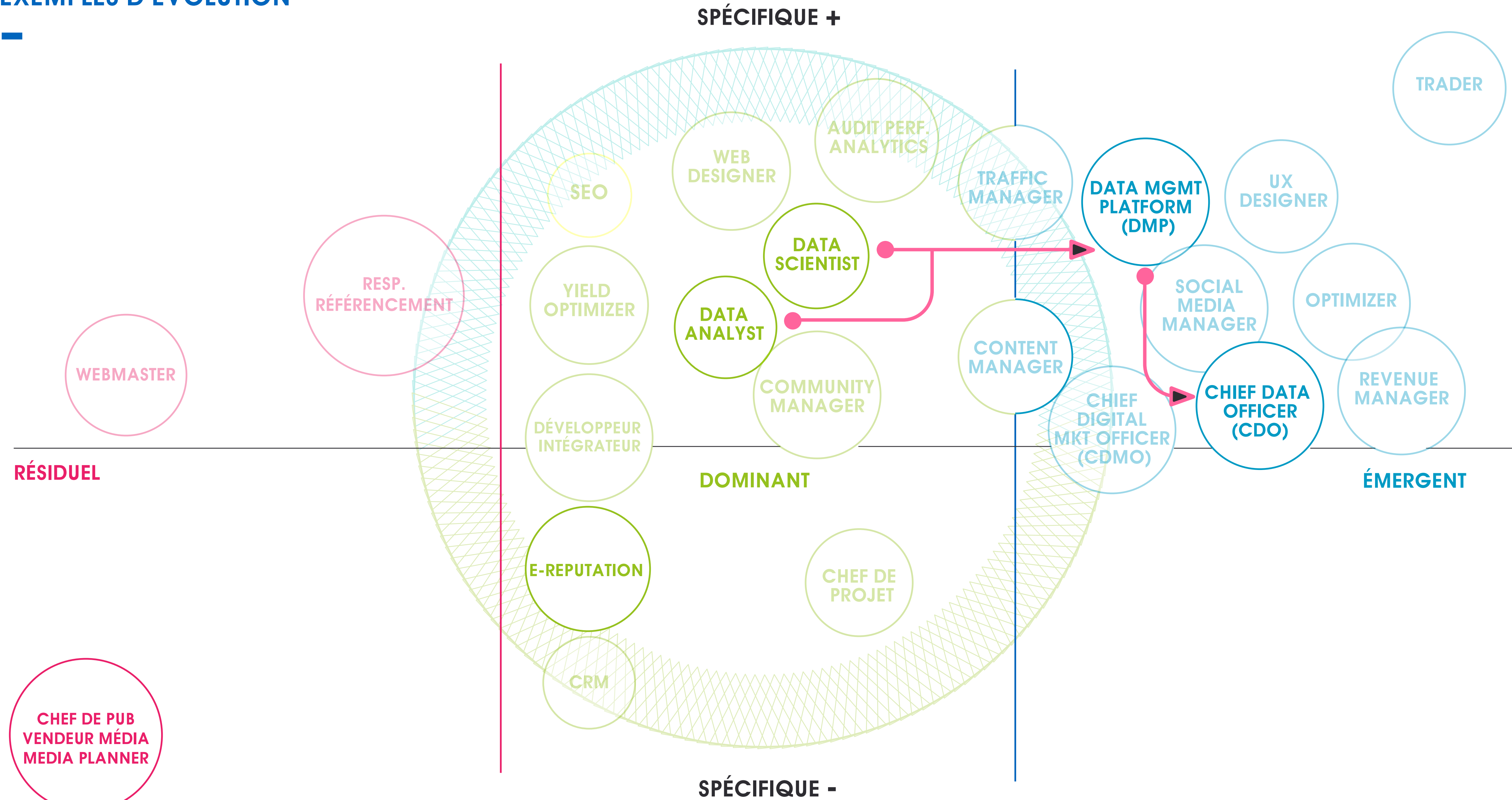
EXEMPLES D'ÉVOLUTION

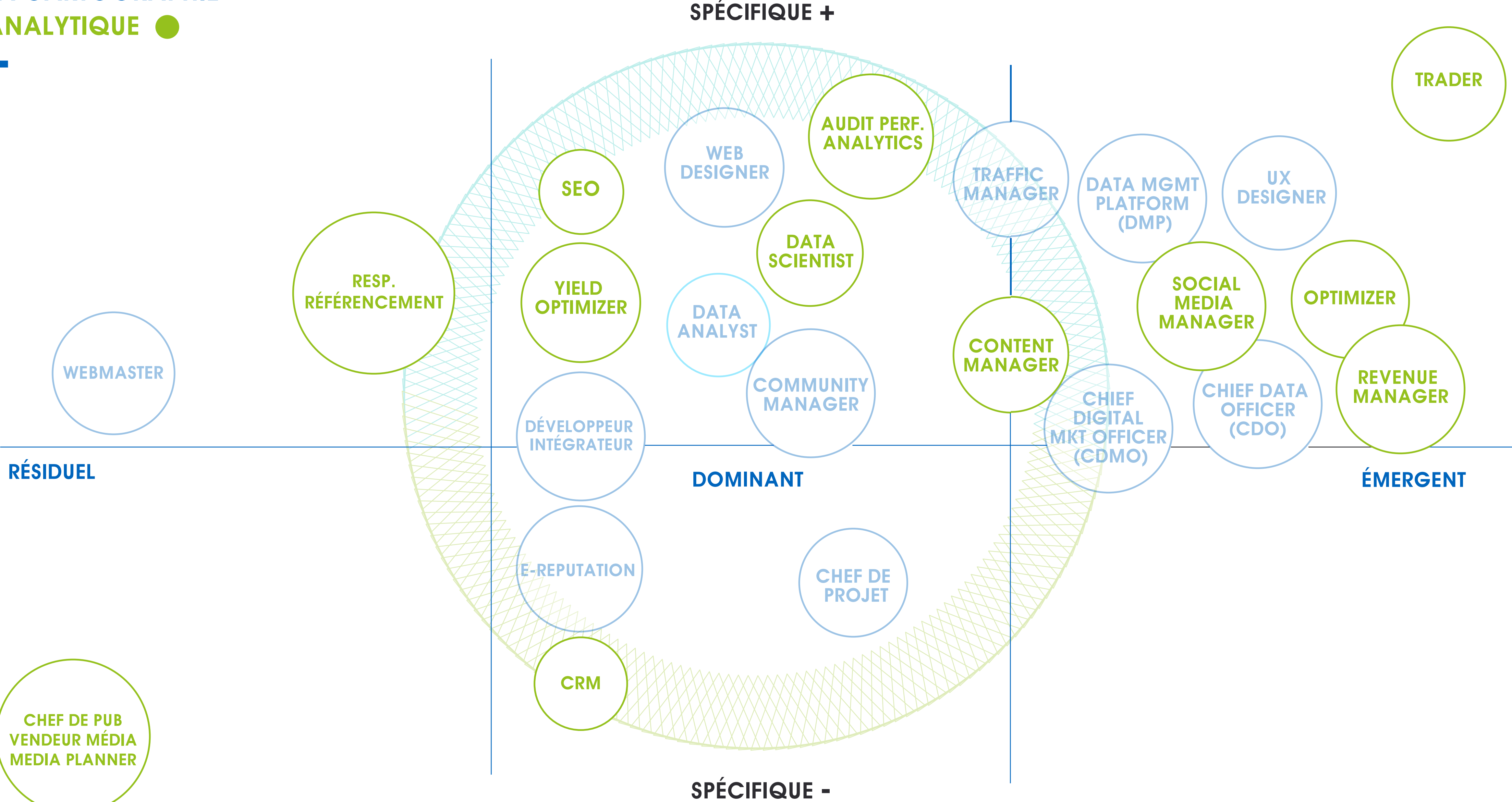


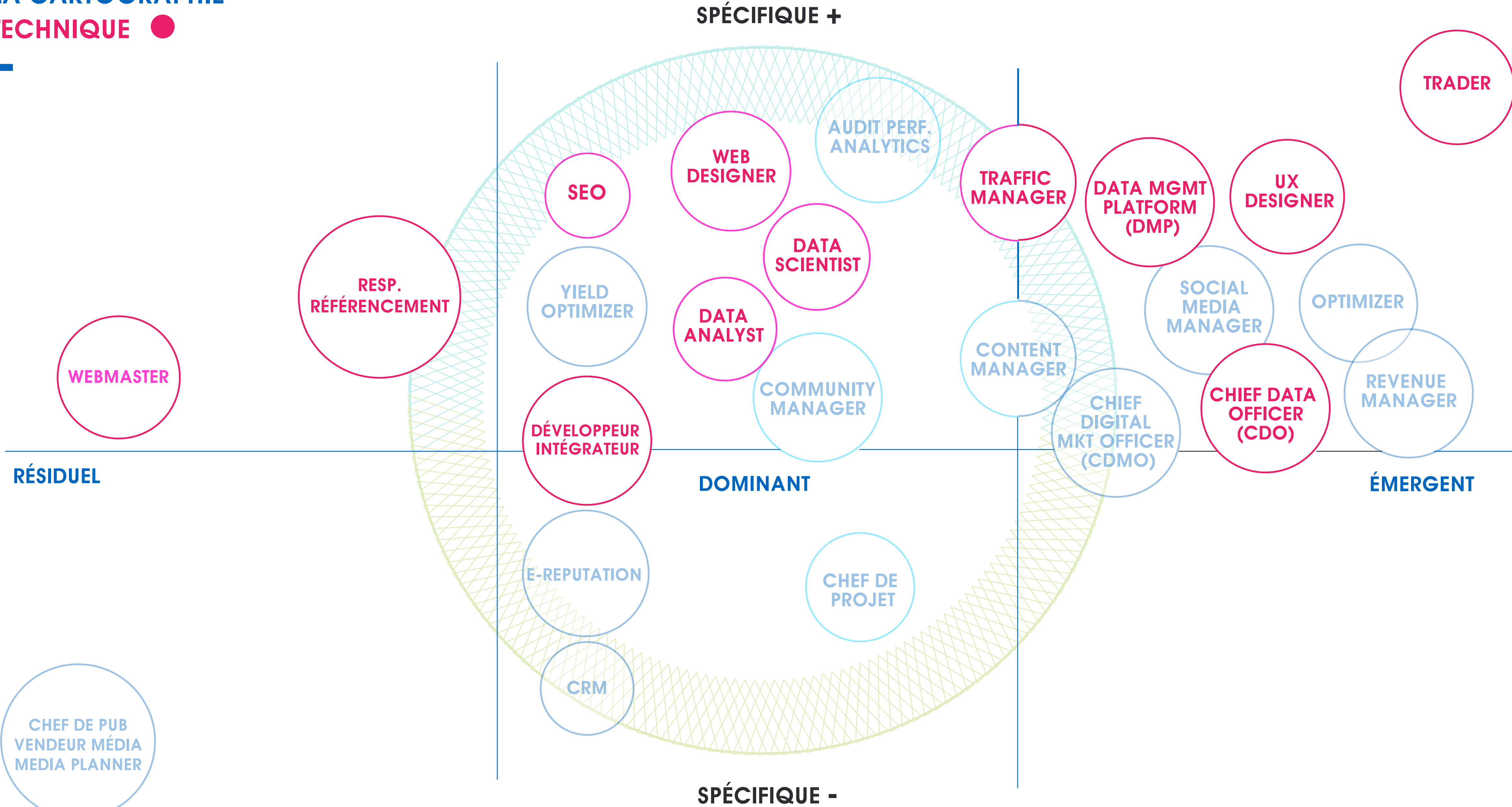
EXEMPLES D'ÉVOLUTION

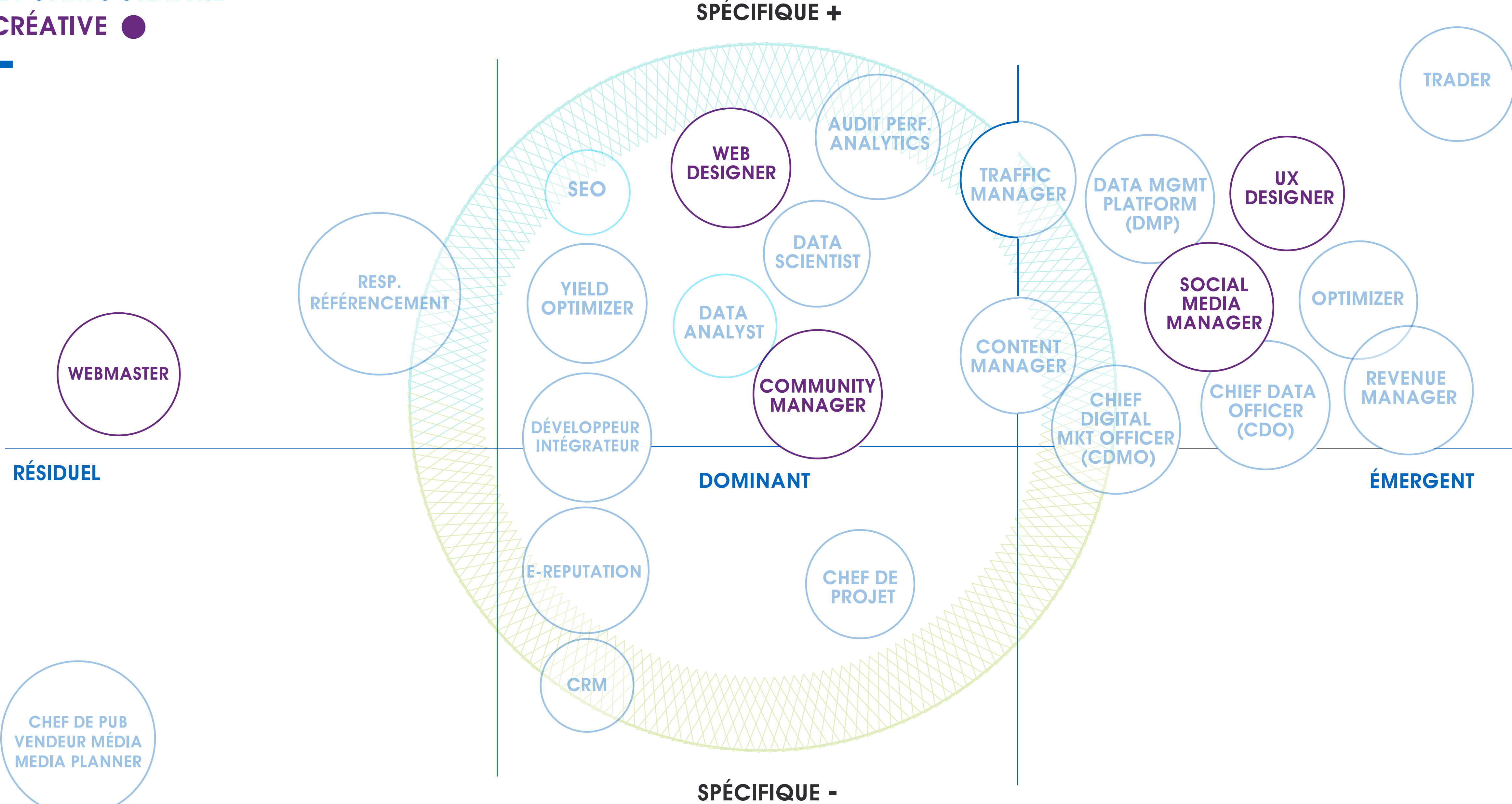


EXEMPLES D'ÉVOLUTION

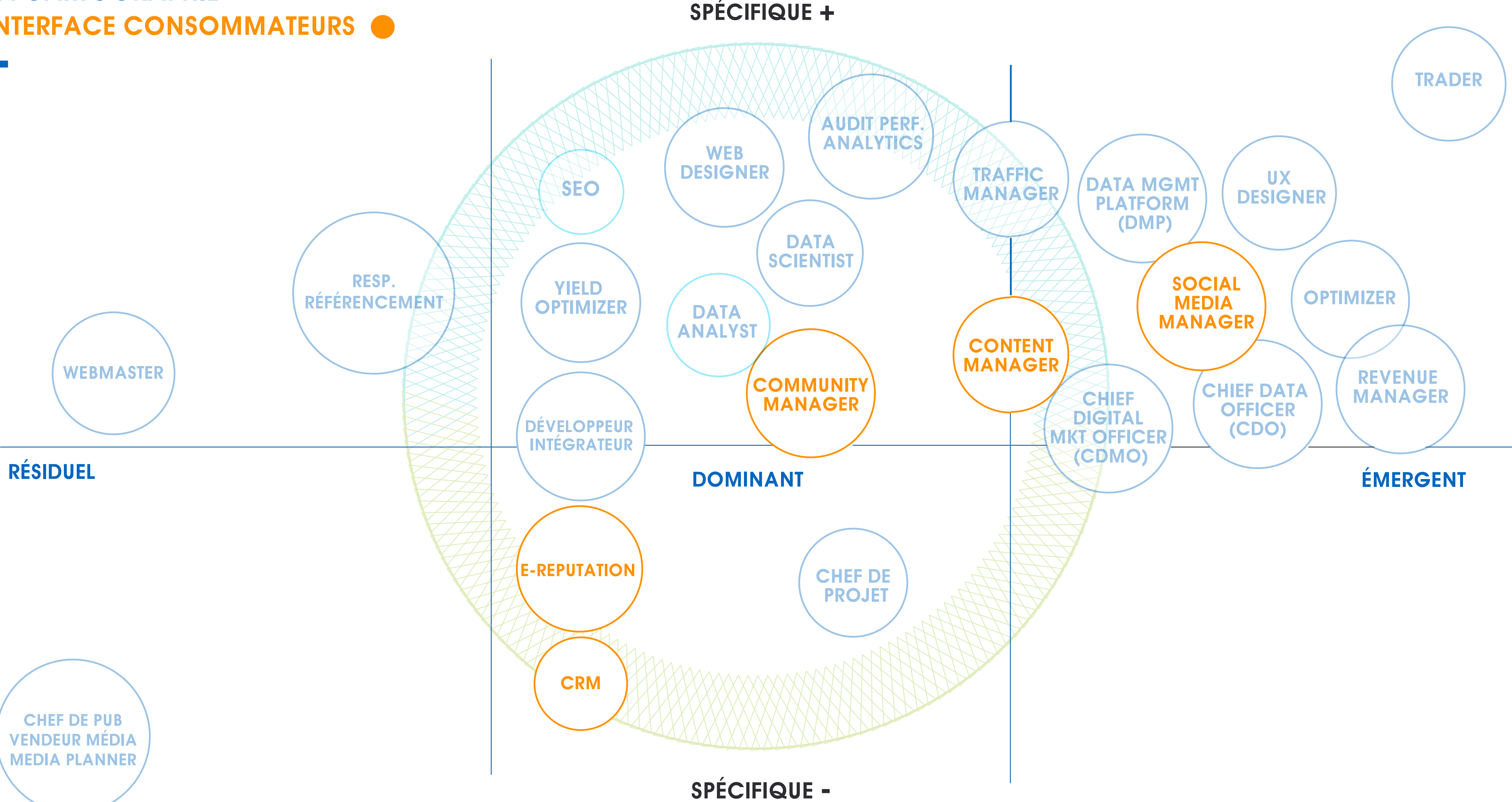


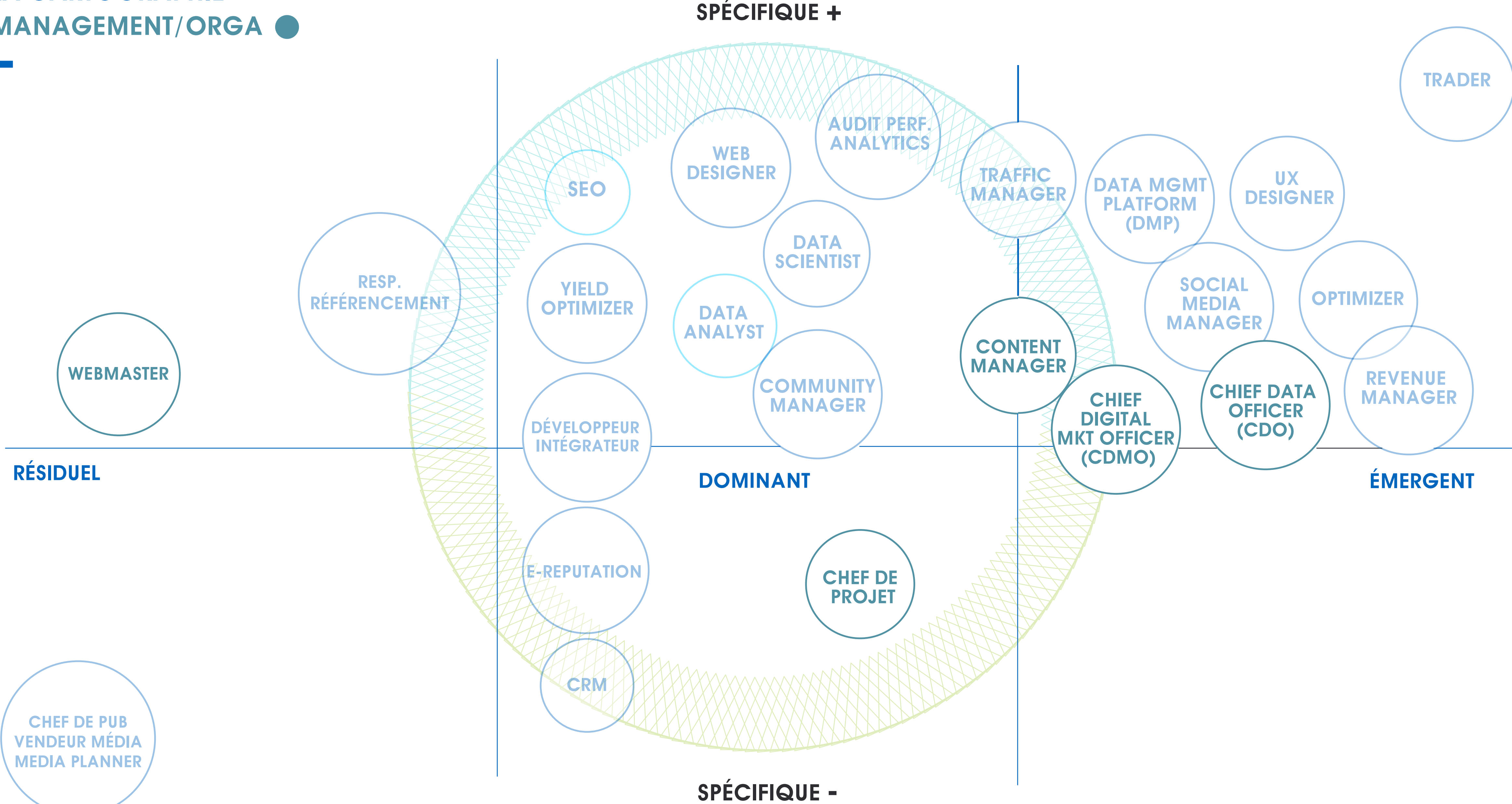




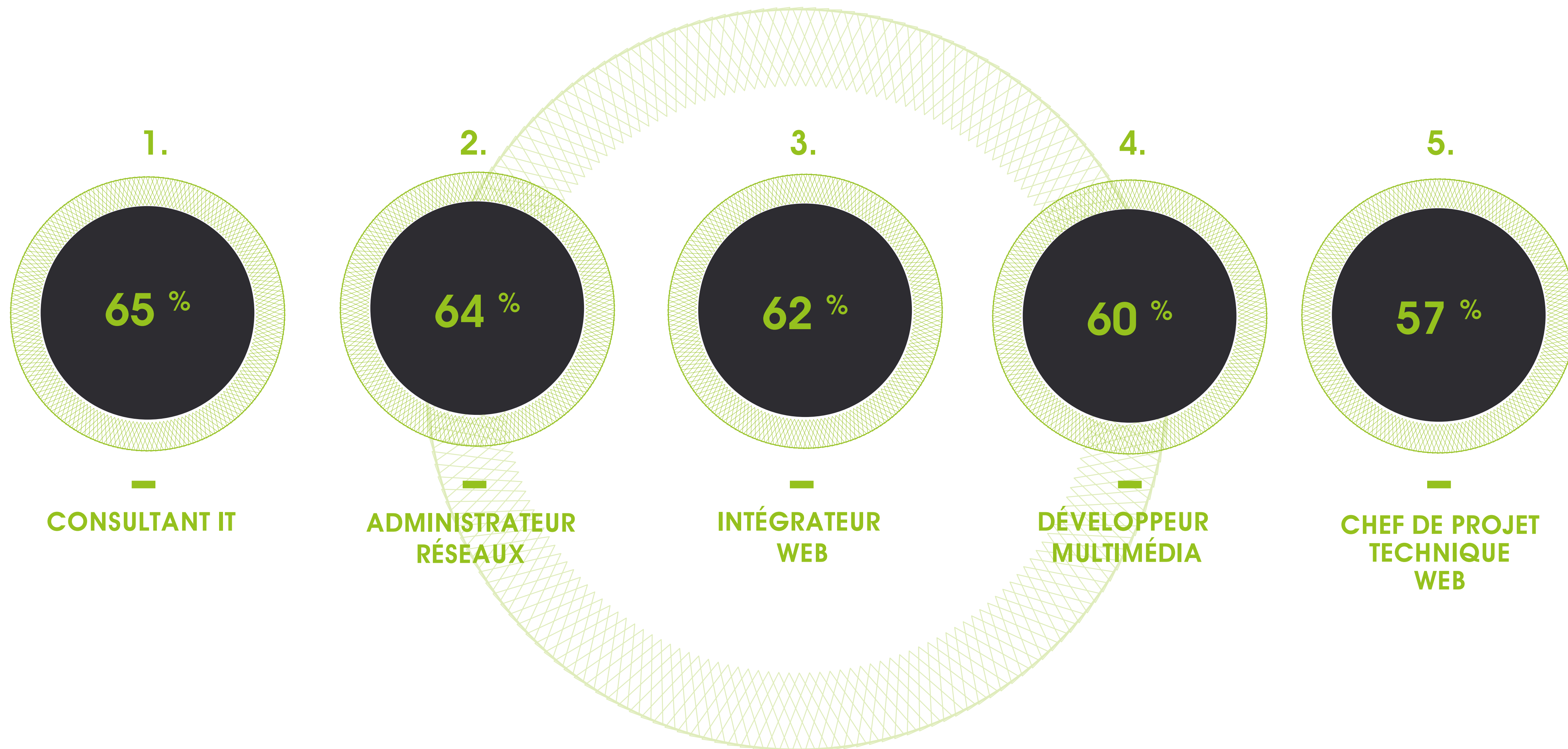


LA CARTOGRAPHIE
INTERFACE CONSOMMATEURS ●

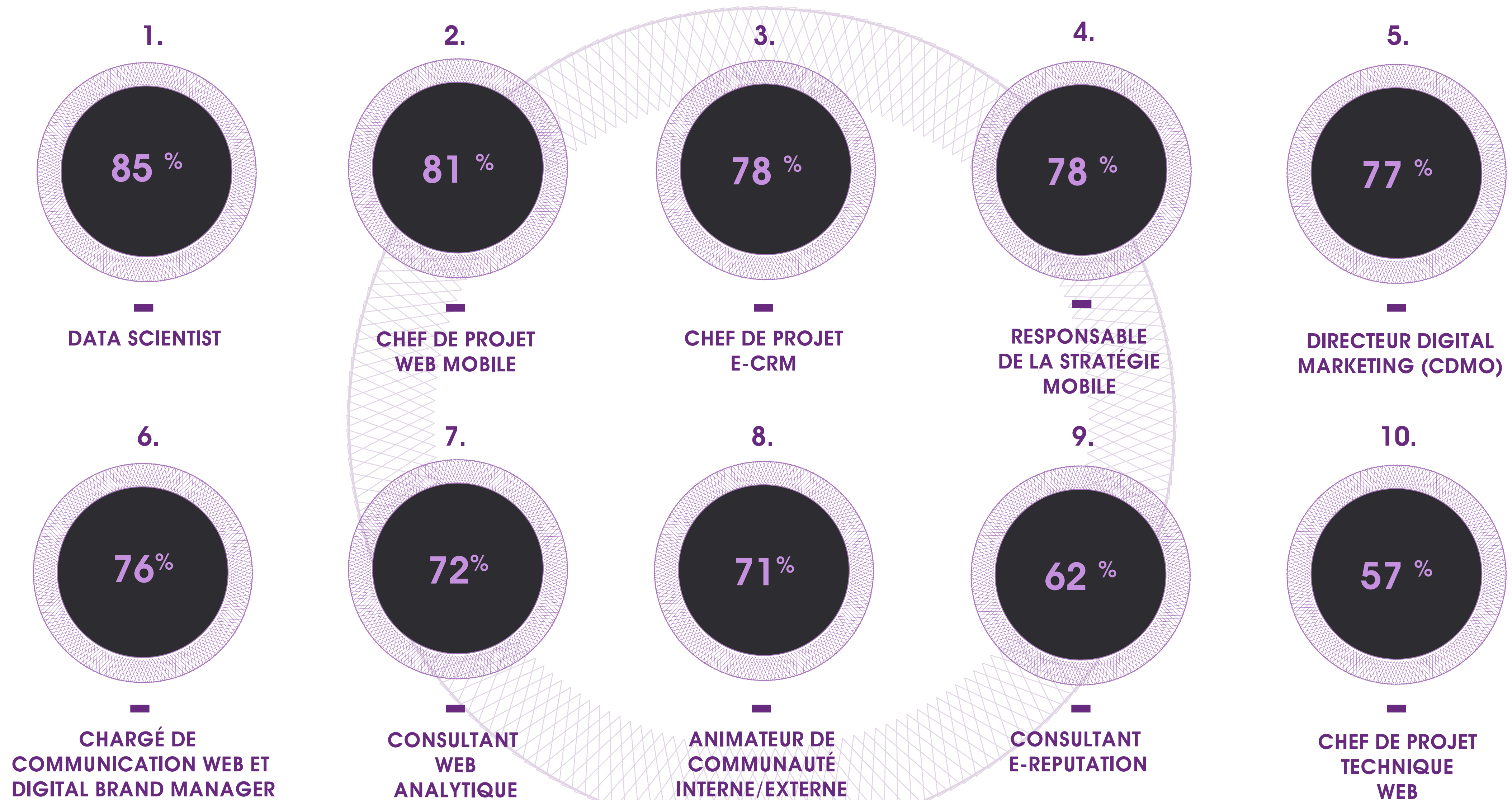




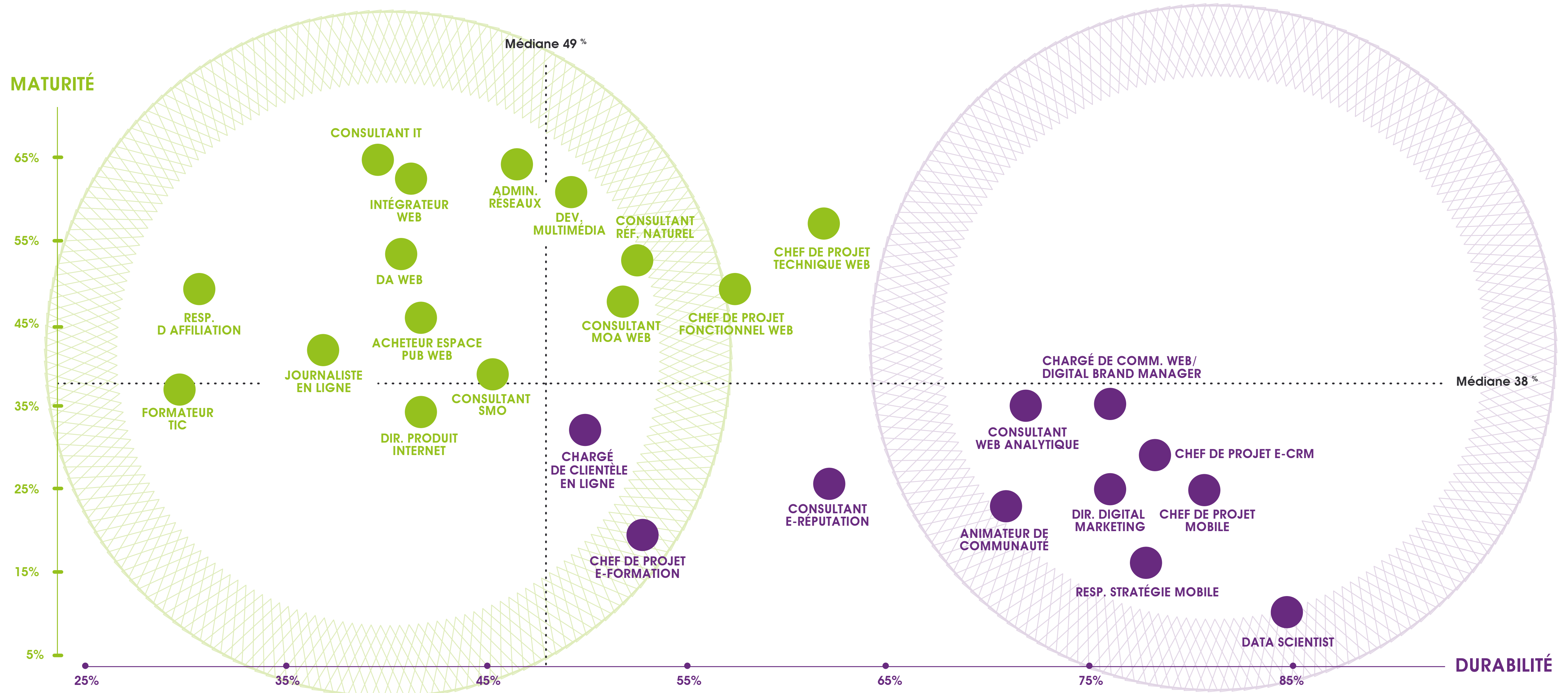
LE TOP 5 DES MÉTIERS LES PLUS MATURES



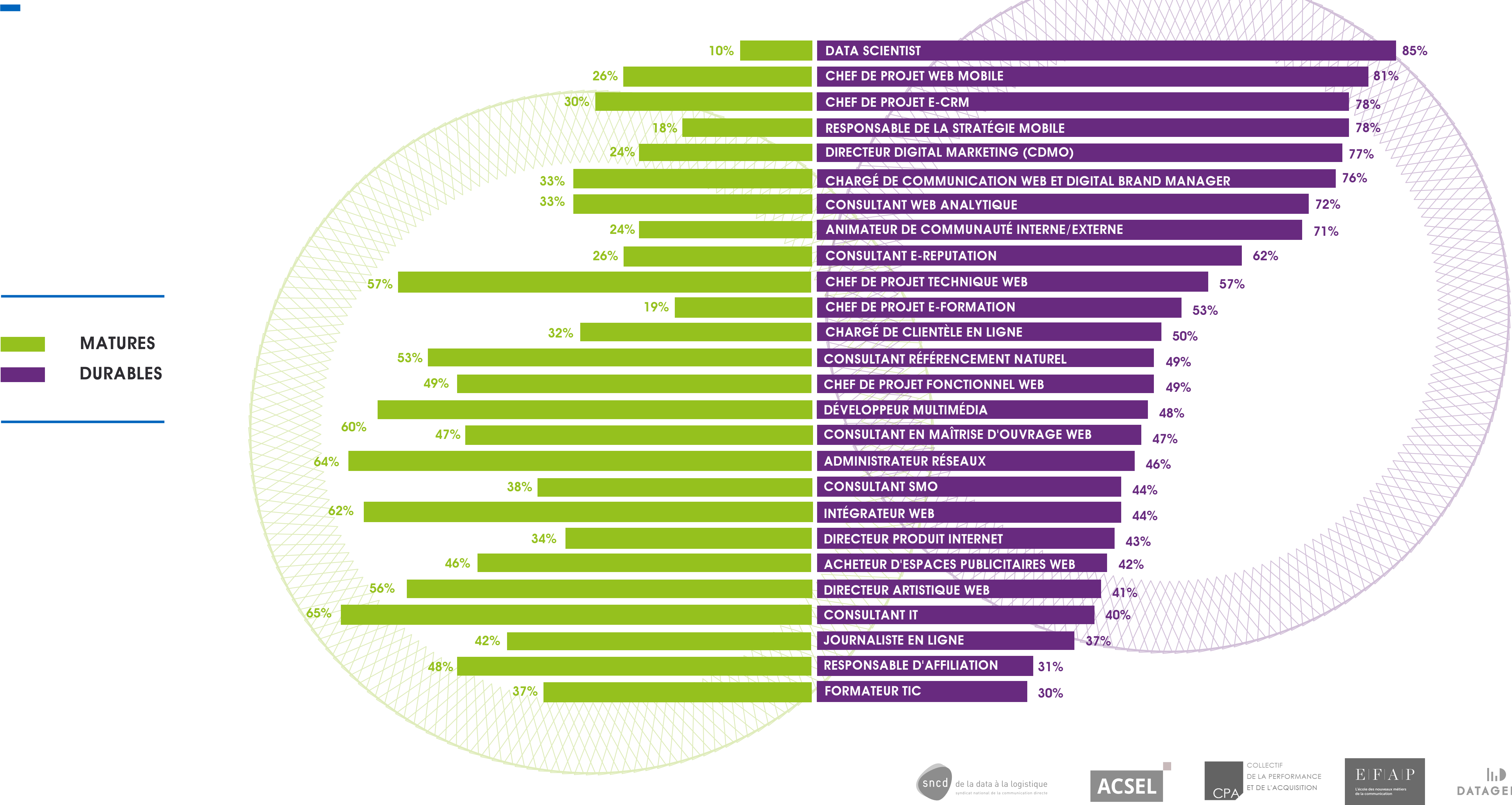
LE TOP 10 DES MÉTIERS AMENÉS À PERDURER



LES MÉTIERS MATURES VS. DURABLES

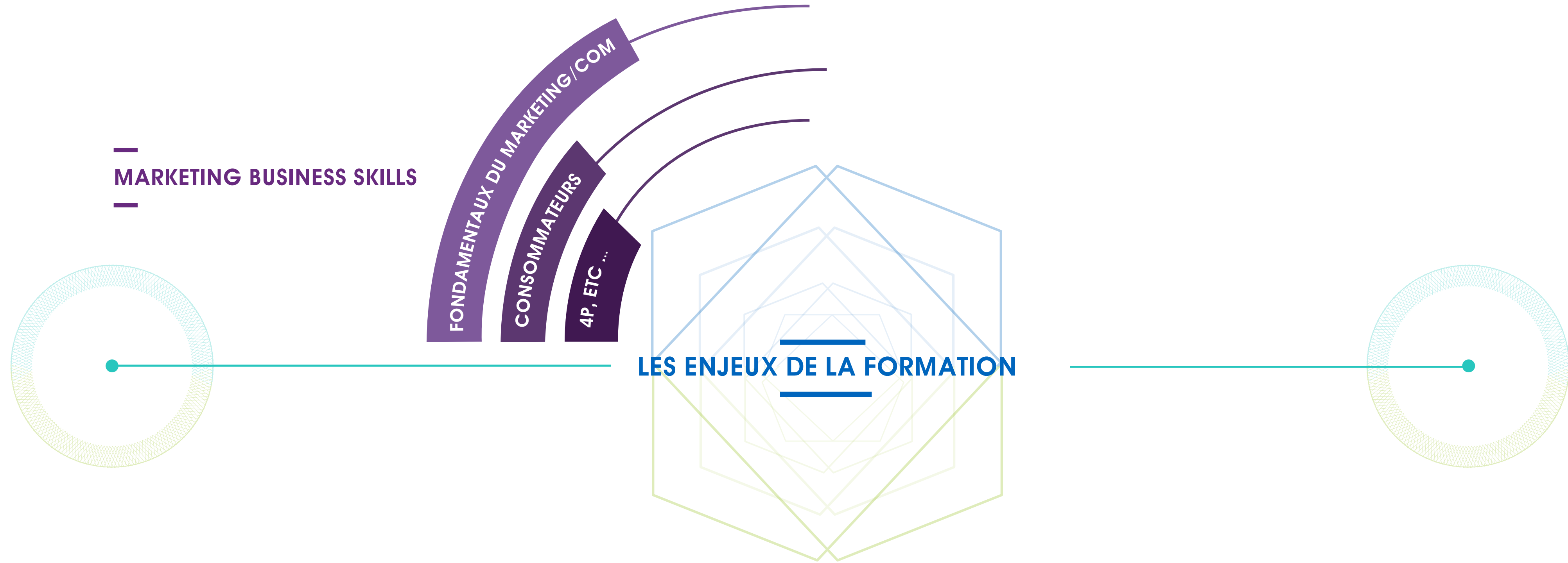


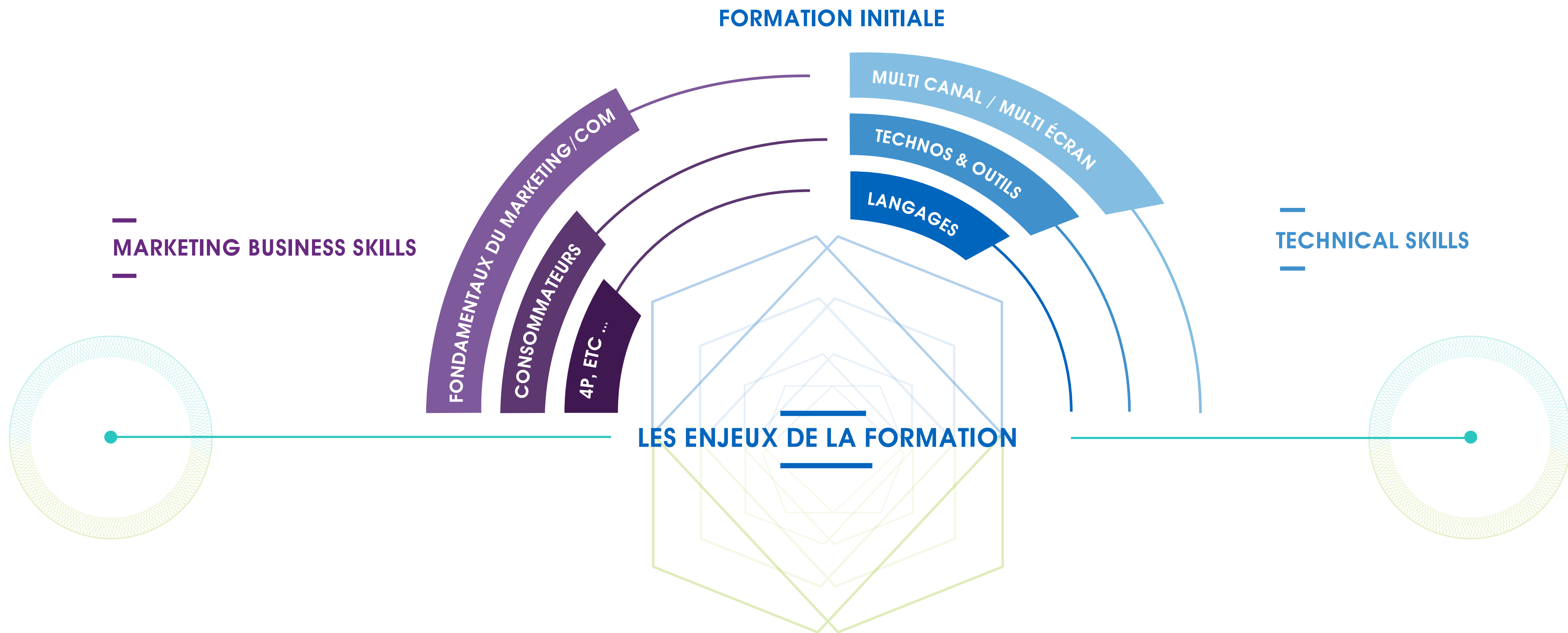
MÉTIERSMATURES VS.DURABLES

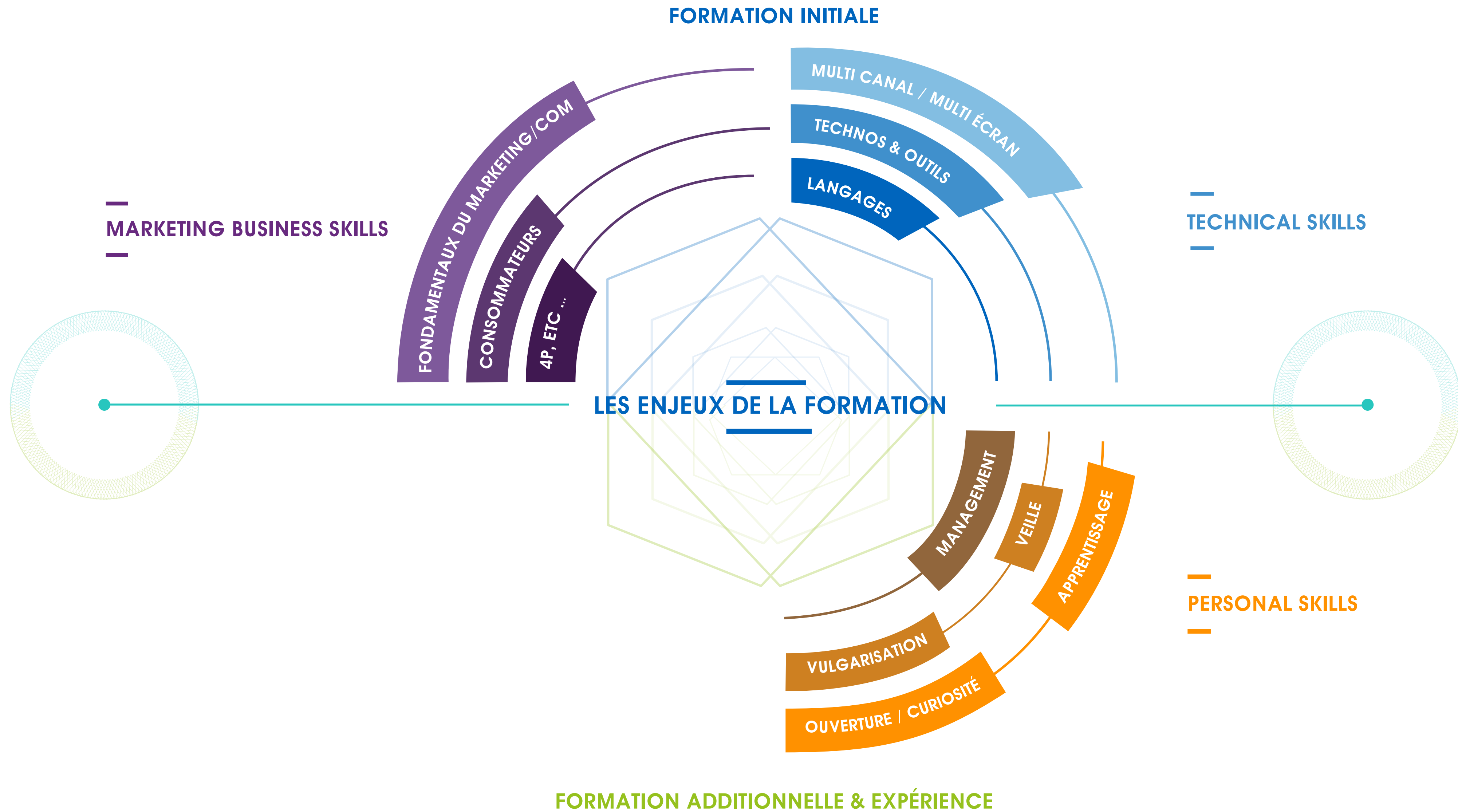


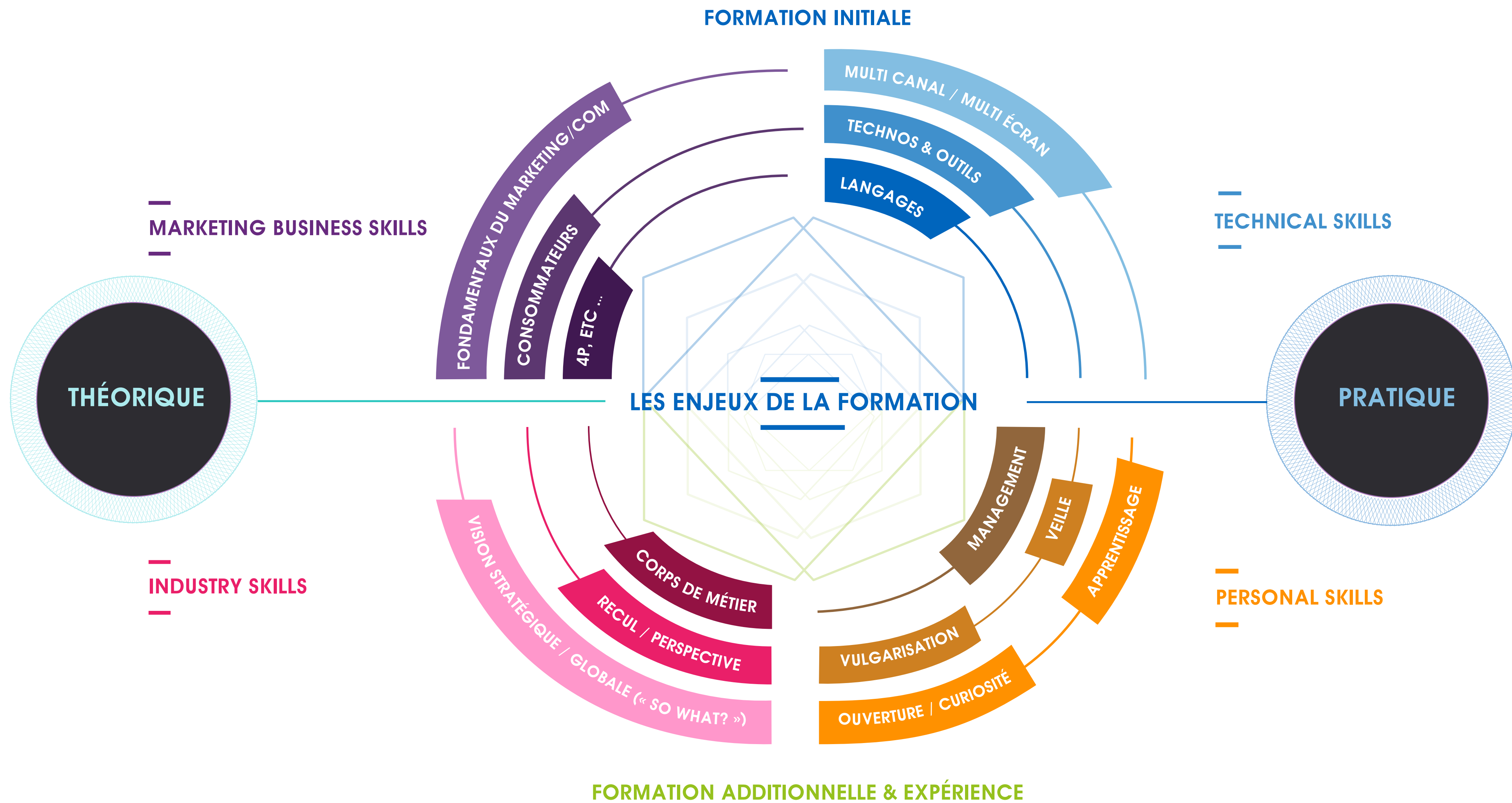
FORMATION INITIALE

MARKETING BUSINESS SKILLS

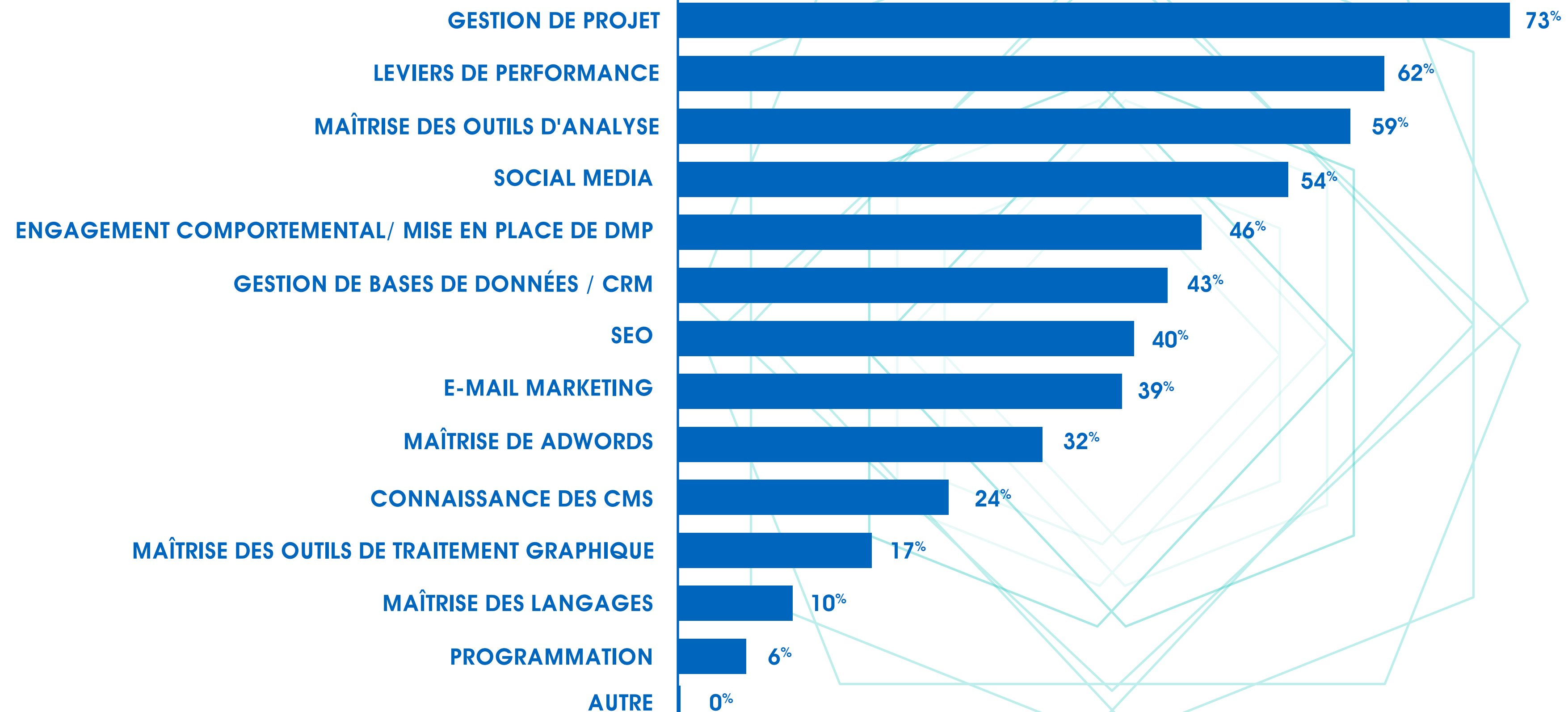




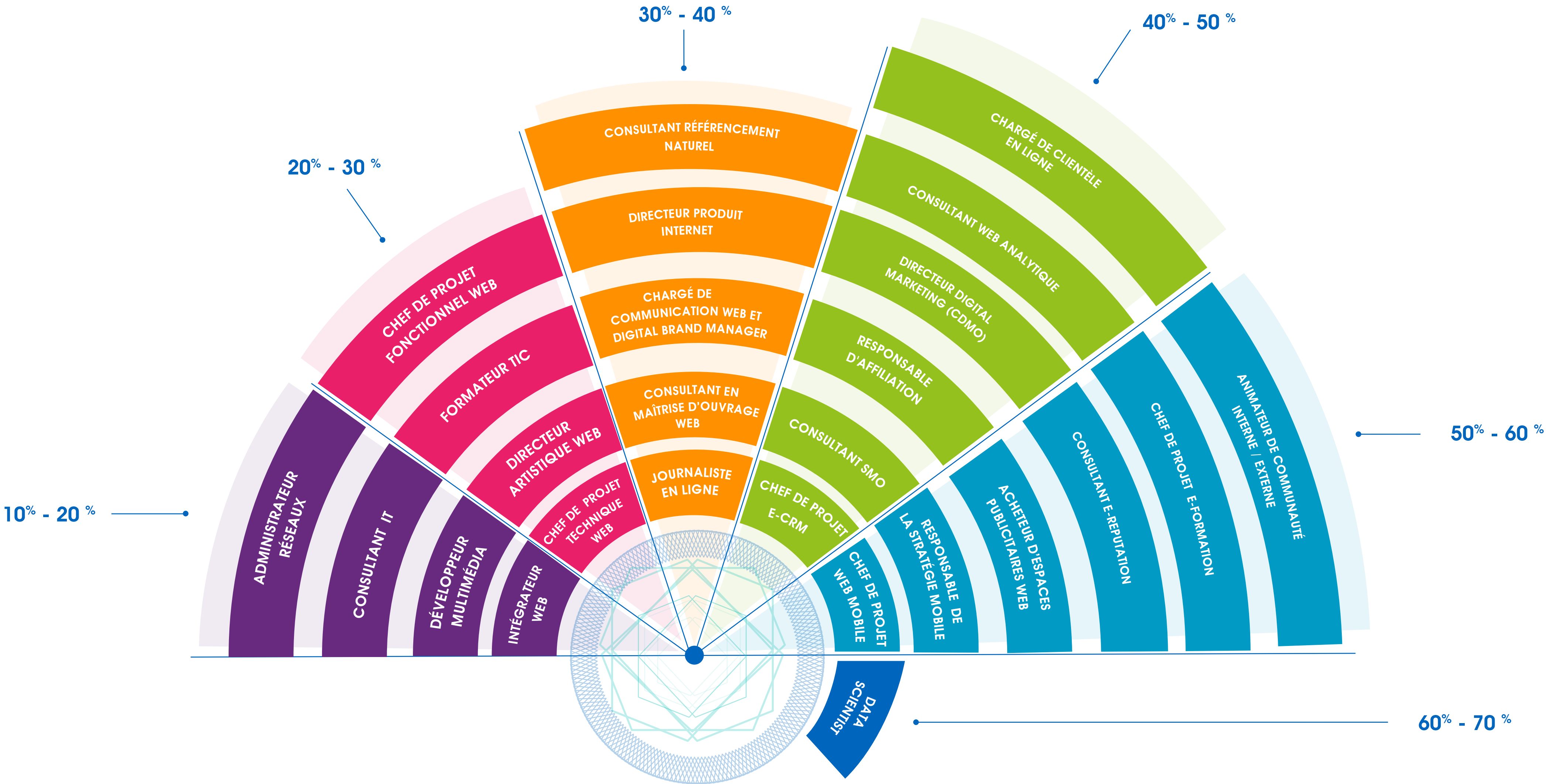




LES COMPÉTENCES NUMÉRIQUES ESSENTIELLES POUR LE MARKETING



LES MÉTIERS LES MOINS BIEN FORMÉS

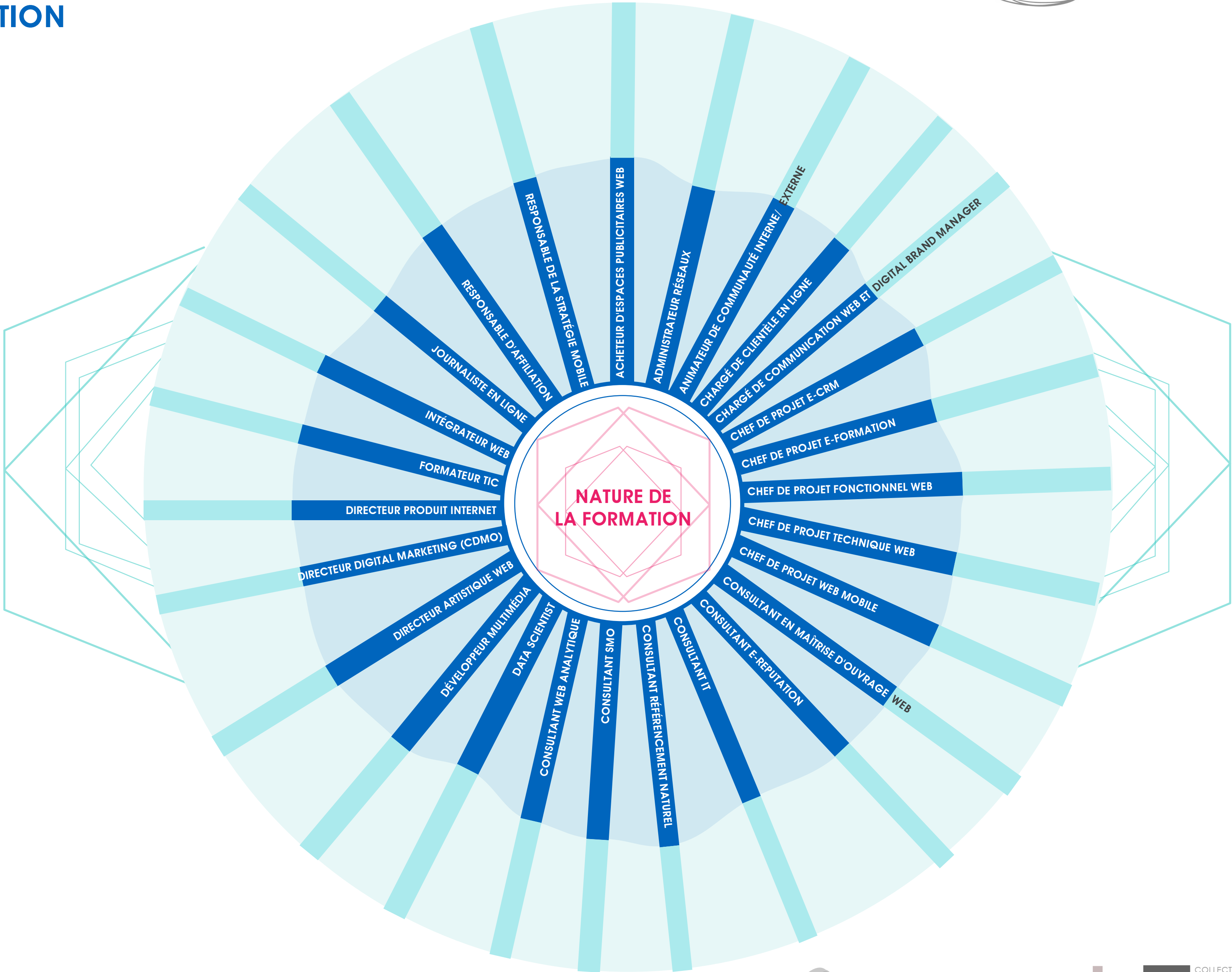




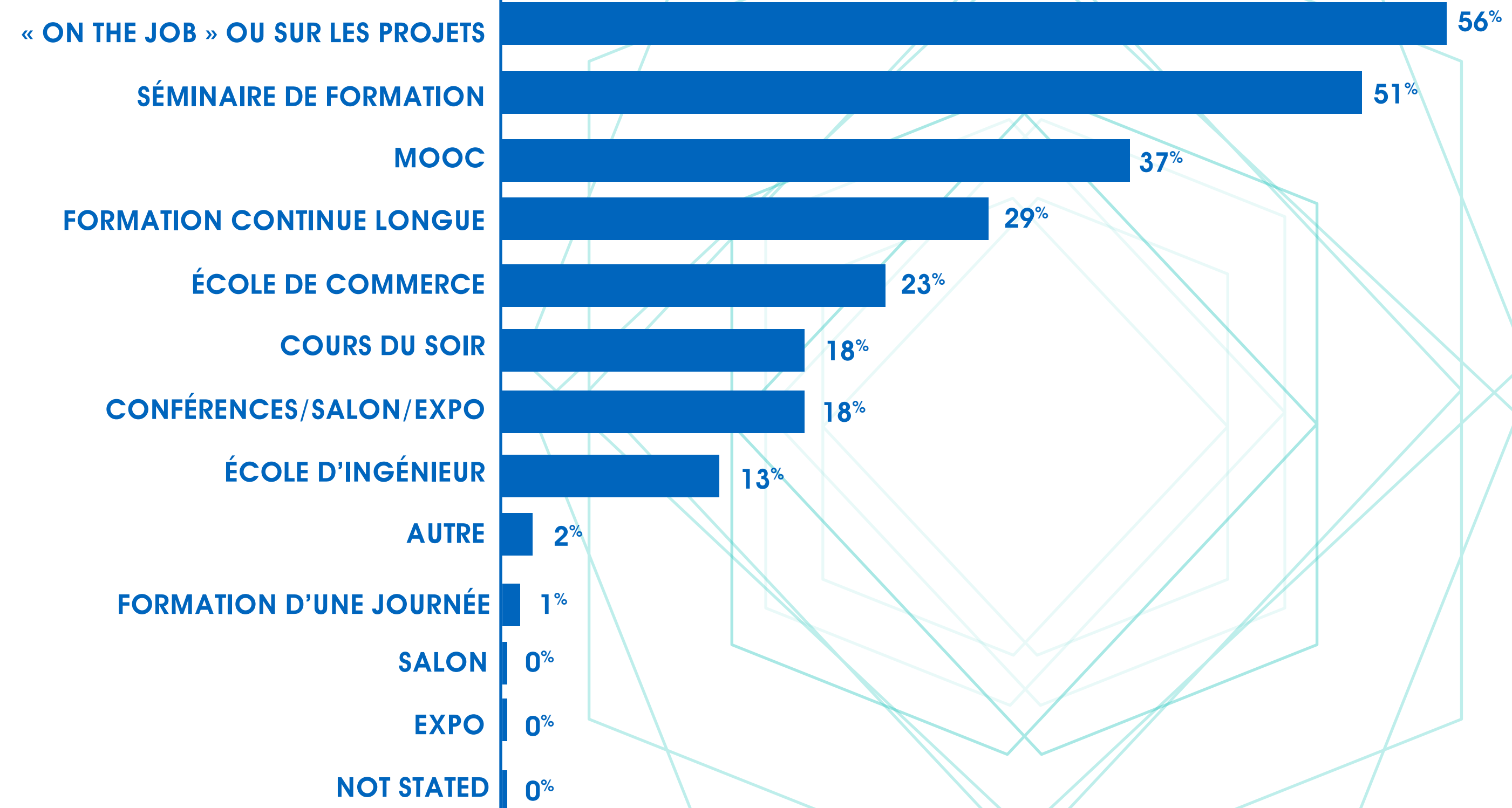
NATURE DE LA FORMATION

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

32%

DES ACTEURS DU MARKETING DIGITAL
NE CONNAISSENT AUCUNE
FORMATION PARTICULIÈRE !

