



CHEF DE PRODUIT MARKETING DIGITAL

MISSIONS

Participer à la réflexion stratégique, la conception et l'évolution des offres de produits et services digitaux destinées au recrutement de nouveaux clients d'une part et à la fidélisation des clients d'autre part dans le cadre de la transformation digitale de la banque.

ACTIVITES PRINCIPALES

Acquisition et fidélisation des clients

- Etre force de proposition sur la stratégie digitale à mettre en place dans le but de recruter de nouveaux clients et d'augmenter le nombre d'utilisateurs du produit/chiffre d'affaires de la banque.
- Piloter l'ensemble des campagnes marketing (CRM, acquisition/génération de trafic, SEO, SEA..) dans une optique orientée performance.
- Mettre en place l'ensemble des actions dans une logique de Test & Learn et d'amélioration continue.

Mise en place de nouvelles fonctionnalités et optimisation de l'expérience utilisateur

- Proposer un plan d'actions projets avec l'ensemble des parties prenantes afin d'offrir une nouvelle offre de valeur à destination des clients dans le but de répondre au mieux à leurs besoins (développement de solutions digitales).
- Mettre en place le projet sur toute la chaine de valeur (recueil des besoins, spécifications fonctionnelles, recette, déploiement, formation et assistance...), le but étant de déployer de nouveaux services & produits digitaux visant à améliorer l'expérience utilisateur.

Pilotage par la performance et optimisation de la stratégie

- Définir et suivre les KPI liés à l'utilisation des services et des produits (taux d'utilisation, nombre de clics, téléchargements, taux de conversion...)
- A partir des KPI, mettre en place une stratégie dans le but d'accroître l'utilisation et la notoriété du produit.
- Effectuer un reporting régulier dans le but du suivi et de l'optimisation de la stratégie digitale de l'entreprise.



Veille concurrentielle et technologique

- Suivi et évaluation des tendances actuelles et des nouveaux besoins des utilisateurs.
- Benchmark régulier des meilleures pratiques digitales (bancaires ou autres).

COMPETENCES REQUISES

- Être à l'écoute et bien comprendre les besoins du client.
- Avoir un excellent relationnel, un sens commercial et un intérêt pour le service clientèle.
- La rigueur et l'art de l'organisation
- La conduite d'un projet et l'animation d'une équipe de projet
- Créativité et sens de l'innovation,
- Force de Proposition
- Être persévérant
- Être curieux et ne cesse d'approfondir ses connaissances dans le domaine du marketing digital
- Aime les challenges et sait gérer son stress.
- Bonne communication orale et écrite
- Esprit d'analyse et synthèse
- Adaptabilité et Flexibilité
- Maîtrise l'anglais courant et surtout technique.
- Il est souhaitable d'avoir un savoir technique conséquent qui lui permet de comprendre et d'échanger avec les différents techniciens impliqués sur le projet.