

# Brand content manager (H/F)

*Marketing & Commerce digital  
Marketing omnicanal*

## Description de l'emploi

Le brand content manager élabore la stratégie éditoriale digitale de l'enseigne et de sa ou ses marques afin de promouvoir son image de marque et d'atteindre ses objectifs commerciaux.

Il conçoit et met en œuvre une stratégie de contenu cohérente et alignée avec la vision de l'enseigne. Il définit les messages clés et les valeurs de la marque, développe les lignes directrices de contenu pour assurer une cohérence à travers tous les canaux de communication auprès du public cible : réseaux sociaux, blogs, newsletters, événements ou partenariats avec des influenceurs.

Il supervise la production de contenu et travaille en étroite collaboration avec le community manager, les équipes de développement web et les équipes créatives : graphistes, vidéastes ou photographes pour créer du contenu original et engageant.

Il veille au respect de la charte éditoriale et du planning éditorial des campagnes sur les différents canaux de communication.

Il suit et analyse les performances des campagnes pour évaluer l'impact de la stratégie éditoriale sur la notoriété, l'e-réputation de l'enseigne, l'engagement du public et les résultats commerciaux. Il ajuste la stratégie en fonction des résultats obtenus et des nouvelles tendances du marché.

## Accès à l'emploi

### Profil recherché :

- Le métier est accessible à partir d'un diplôme de niveau de bac +5 dans le domaine du marketing digital, ou en communication.
- La pratique de l'anglais est requise.

### Formations courantes (liste non exhaustive) :

- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- Titre à finalité professionnelle - Manager de projets en stratégies digitales et data marketing (MS)
- Titre à finalité professionnelle - Directeur de la Stratégie Marketing Digitale
- Titre à finalité professionnelle - Diplôme Supérieur en Management du Marketing Digital
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la communication et du marketing digital



## Autres appellations

- Coordinateur éditorial web
- Media manager
- Chef de projet éditorial
- Responsable contenu

## Activités

- Élaboration de stratégie éditoriale digitale de l'enseigne et de sa ou ses marques.
- Planification, pilotage et supervision des contenus et des campagnes.
- Gestion des budgets alloués à la mise en œuvre de la stratégie.
- Gestion des relations avec les équipes internes ou externes : community manager, équipes de développement web, équipes créatives agences de marketing numérique ou plateformes publicitaires.
- Suivi et analyse des performances des publications et des campagnes.
- Identification des opportunités d'amélioration et ajustement de la stratégie en fonction des résultats.
- Veille sur les tendances et technologie dans le domaine du marketing numérique, sur les besoins des consommateurs, sur les outils et les plateformes de gestion de contenu et d'analyse, veille sur les pratiques de la concurrence.

# Brand content manager (H/F)

Marketing & Commerce digital  
Marketing omnicanal

## Compétences techniques

### DÉFINIR LA STRATÉGIE ÉDITORIALE DIGITALE DE L'ENSEIGNE ET DE SA OU SES MARQUES

- Effectuer une veille et analyser l'environnement concurrentiel, les tendances et technologies dans le domaine du marketing digital et des plateformes de contenu, les besoins des consommateurs.
- Appréhender la stratégie marketing omnicanal globale de l'entreprise.
- Déterminer les objectifs de la stratégie éditoriale : notoriété de la marque, engagement du public, conversion des ventes...
- Identifier les canaux de communication digitaux pertinents pour diffuser le contenu : réseaux sociaux, site web, blogs, newsletters, vidéos en ligne...
- Définir les thèmes, les sujets et les messages clés qui correspondent à l'identité de l'enseigne, de sa marque et aux attentes des consommateurs/public cible.
- Définir les lignes éditoriales, les tonalités et les styles d'écriture qui reflètent l'image de marque et créent une cohérence dans le contenu.
- Élaborer un plan de contenu éditorial, en déterminant, les campagnes d'acquisition et/ou de visibilité, la fréquence de publication, les formats de contenu, les dates clés et les événements à prendre en compte.

### PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE DIGITALE DE L'ENSEIGNE ET DE SA OU SES MARQUES

- Coordonner et superviser la création, la production et la diffusion du contenu conformément à la stratégie éditoriale définie.
- Travailler en concertation et piloter les équipes internes ou externes pour développer du contenu de qualité et cohérent avec la stratégie éditoriale.
- Assurer la gestion du calendrier éditorial, en planifiant les publications, en attribuant des délais et en veillant au respect des échéances.
- Veiller à ce que le contenu respecte la charte éditoriale, la stratégie SEO (référencement) et les usages des différents canaux de communication digitaux.
- Gérer les budgets alloués au contenu, en assurant une utilisation efficace des ressources et en maximisant le retour sur investissement.



### ÉVALUER LES PERFORMANCES, DÉFINIR ET SUPERVISER LES ACTIONS D'AMÉLIORATION

- Mettre en place des outils de suivi et de mesure des performances du contenu.
- Collecter, analyser et interpréter les données et les indicateurs de performance pour évaluer l'impact du contenu sur la notoriété de la marque, l'engagement du public et les résultats commerciaux.
- Identifier les points forts et les points faibles du contenu, identifier des actions d'amélioration pour optimiser les résultats.
- Effectuer des reportings réguliers à sa direction sur les performances et les actions à entreprendre pour atteindre les objectifs.
- Assurer le suivi et la supervision des actions d'amélioration mises en place.
- Définir, mettre en œuvre et suivre les actions d'optimisation.

# Brand content manager (H/F)

*Marketing & Commerce digital  
Marketing omnicanal*

## Compétences comportementales

### Indispensables pour tous les emplois dans le secteur du Bricolage :

- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Sens de la performance et du résultat

### Fondamentales pour cet emploi :

- Créativité, curiosité
- Autonomie, prise d'initiative
- Capacité d'analyse et de synthèse

**Vous souhaitez en savoir plus sur les compétences comportementales ?  
Scannez-moi !**



## Relations fonctionnelles externes et internes

En interne : Le brand content manager intervient sous la direction du directeur marketing omnicanal et du responsable projet marketing omnicanal. Il est en relation étroite avec le community manager, les équipes de développement web et les équipes créatives.

En externe : Il est en relation avec les agences de communication et de marketing numérique, les fournisseurs de contenu (photographe, vidéaste...), les partenaires, influenceurs...

## Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le brand content manager peut évoluer dans le domaine du marketing digital, de la communication digitale ou de l'édition numérique : Responsable marketing digital, directeur marketing, chef d'agence...