

# EVOLUTION ET ATTRACTIVITÉ DE LA FONCTION MARKETING

**Jean-Paul AIMETTI**

Président de l'Académie des sciences commerciales  
Président de l'ISC-Paris, Grande école de commerce  
Professeur émérite du CNAM

## Selon

- Taille
- Produit vs service
- B2C vs B2B
- Marketing stratégique vs opérationnel
- Positionnement / Dr commercial, Dr dev., Dircom
- Importance du digital
- International
- ...
- Priorités stratégiques

# 5 PROFILS ET PRIORITÉS \*

## TECHNOLOGISTS

- **Transformer les pratiques en intégrant le digital** (les données, l'IA, la blockchain...)

## TRANSFORMERS

- **Développer de nouvelles activités**
- Reconquête de la chaîne de valeur
- **Adapter l'entreprise aux enjeux sociétaux**

## BRANDERS

- **Développer le capital de marque** (notoriété, réputation)
- Attirer les talents et/ou intégrer de nouvelles compétences

\* **CMO PROFILE 2022, Observatoire ADETEM des évolutions du Marketing**

# 5 DIMENSIONS ET PRIORITÉS

## OPTIMIZERS

- **Augmenter le revenu sur l'offre existante**
- Réduire les coûts
- Maximiser la productivité (**ROI du marketing**)
- Limiter les risques

## EXPERIENCERS

- **Améliorer la culture et l'expérience client**
- Améliorer l'engagement des collaborateurs



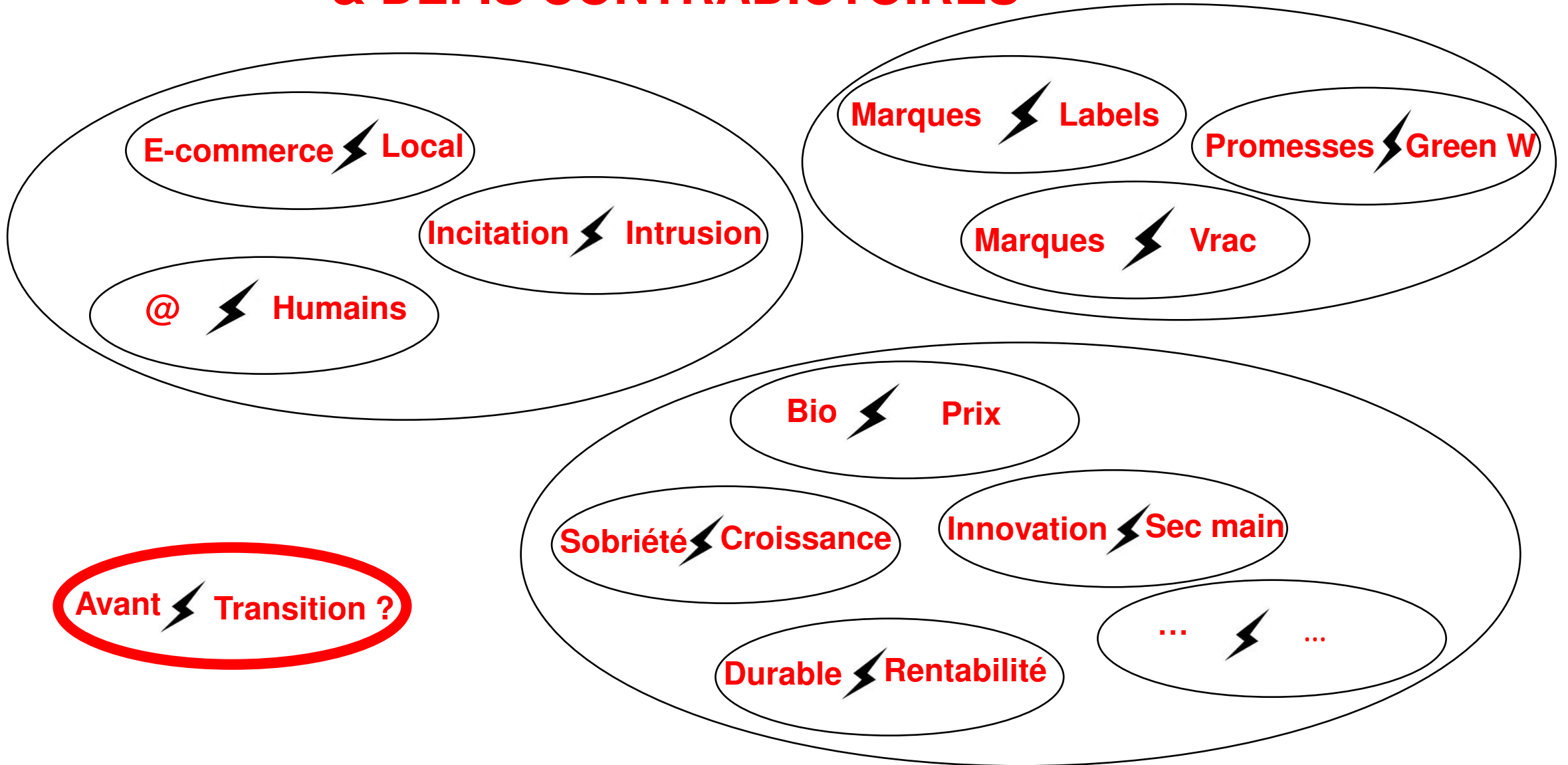
**LE DIGITAL NE DOIT PAS REMPLACER  
LES SCIENCES COMPORTEMENTALES ET LA STRATÉGIE**

# MUTATION PROFONDE / ENVIRONNEMENT

(POST COVID, RSE, DÉMONDIALISATION,  
ÉNERGIE, M. 1ères, INFLATION, ...)



# MUTATION PROFONDE → NOUVEAUX COMPORTEMENTS & DÉFIS CONTRADICTOIRES

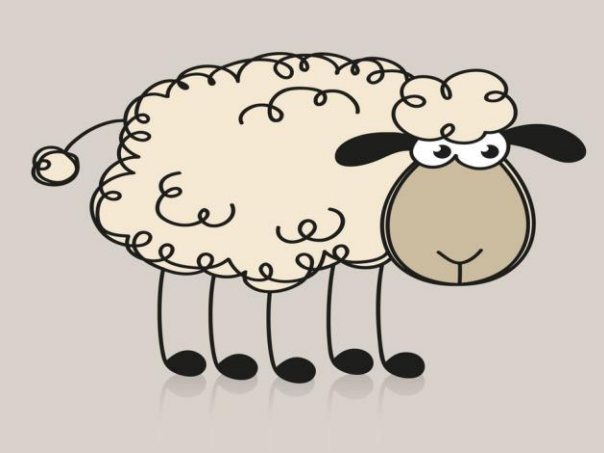


# UNE FONCTION D'IMPORTANCE CROISSANTE

## La plus légitime pour

- ❑ porter la voix du Client
- ❑ adapter les offres (et l'entreprise) aux mutations actuelles + futur incertain
- ❑ optimiser l'expérience client et contribuer à la transformation **phygitale**

**Condition : Leadership du DM pour dynamiser des projets transversaux impliquant les autres fonctions + Compétences ...**



## **COMPÉTENCES DU DM \***

- ✓ **Culture numérique et données**
- ✓ **Agilité et adaptabilité**
- ✓ **Culture de la performance business (ROI)**
- ✓ **Compréhension systémique**
- ✓ **Obsession du client**
- ✓ **Créativité, innovation**

**\* CMO PROFILE ADETEM 2022**



# MARKETING ?



# ATTRACTIVITÉ DE LA FONCTION MARKETING

## Encore mal aimée du grand public

Sur un volume global de 380 000 mentions, le marketing est cité à

- 30% de manière péjorative (propagande, communication intrusive, monétisation des données)
- 18% de manière positive et valorisante
- 52% neutres.

(CMO PROFILE 2022, Twitter, blogs et forums 2020-21)

**MAIS...**

# ATTRACTIVITÉ DE LA FONCTION MARKETING

...

❑ **DES MÉTIERS PORTEURS  
AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES**

❑ **ENJEUX PASSIONNANTS / VALEURS DES JEUNES GÉNÉRATIONS**  
Cf. Baromètre ISC-Paris / BVA « Le bonheur au travail vu par les 18-24 ans », sept. 2022,  
Qualité de vie > Entreprises plus responsables et salaire → management adapté

❑ **OPPORTUNITÉS POUR DES PROFILS TRÈS VARIÉS :**  
Études, statistiques, psychologie, digital, design, stratégie, entrepreneurs, startup, international, ...

# ATTRACTIVITÉ DE LA FONCTION MARKETING

## UNE CARRIÈRE A GÉRER

❑ PÉRIODES SUCCESSIVES DE +/- 3 ANS

❑ TOURNANT / 48 – 50 ans

❑ APRÈS 50 ANS ?

- MARKETING (Minorité)
- VOIE ROYALE : RESPONSABILITÉ DE BU OU PAYS
- CONSEIL
- CRÉATION – REPRISE
- ...

**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

**QUESTIONS ?**