

ISGA

Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Les chemins de la réussite depuis 1981



Guide métiers

Pour vous aider à mieux vous projeter dans le marché du travail et à adapter vos choix d'études selon vos aptitudes et envies !

Fiches métiers ingénieurs



Systemes industriels

1. Chef de produit industriel
2. Ingénieur en informatique industrielle
3. Ingénieur en informatique industrielle



INGÉNIEUR EN INFORMATIQUE INDUSTRIELLE

L'ingénieur en informatique industrielle met son expertise technique au service de l'activité industrielle. Automatisation des processus, sécurité des systèmes, nouveaux logiciels, robotisation de certaines tâches, systèmes intelligents tous azimuts... L'ingénieur informatique spécialisé participe à accroître la performance de l'industrie et à améliorer le quotidien des collaborateurs.

Présentation et missions principales de l'ingénieur en informatique industrielle

Les tâches varient d'une industrie à l'autre, selon les applications et les systèmes de production.

L'ingénieur en informatique industrielle a pour vocation d'améliorer la productivité et les processus de travail pour gagner en temps et en efficacité. Il est embauché par une entreprise ou par une société prestataire. Il peut être affecté à différentes missions : l'élaboration ou le développement de logiciels spécialisés, la circulation des flux d'information, la conception d'applications, la fabrication assistée par ordinateur (FAO), l'automatisation, la robotisation. Il débute toujours par une exploration des besoins et un état des lieux de l'existant. Il travaille de manière transversale avec différents services : conception, ateliers de production, logistique, gestion des stocks... Il étudie les fonctionnalités nécessaires, choisit les outils et les différentes technologies à assembler pour augmenter la perfor-

mance générale et créer des dialogues entre les systèmes de production. Il veille au bon fonctionnement des machines et réagit en cas de panne ou de dysfonctionnement dans la chaîne de production.

Il crée un cahier des charges précis, conçoit des architectures logicielles, réseaux ou systèmes, réalise des tests, décompose le projet en modules et délègue les différentes tâches, rédige les manuels d'utilisation, forme les utilisateurs.

L'ingénieur en informatique industrielle est à l'écoute des collaborateurs et de leurs contraintes pour simplifier et améliorer les méthodes et les outils.

Son travail se conjugue au présent et au futur : il doit résoudre les problématiques quotidiennes tout en ayant une visibilité à long terme de l'activité informatique industrielle.

A la tête d'une équipe, il coordonne le travail des techniciens pour une optimisation maximale des compétences.

Compétences et qualités du métier d'ingénieur en informatique industrielle

Doté de compétences informatiques puissantes et d'une grande culture industrielle, l'ingénieur sait à la fois analyser, anticiper et réagir vite (en cas de dysfonctionnement par exemple). Le management de projet fait partie de son quotidien.

En veille constante sur les révolutions industrielles et technologiques, il voit à long terme. L'ingénieur en informatique industrielle oscille entre missions opérationnelles et stratégiques. Son sens pratique est aussi efficace que sa prise de hauteur. Les deux qualités combinées lui assurent de réussir en toute circonstance. Bon manager, il sait fédérer autour de ses projets et de ses activités, grâce à son expertise et sa vision objective de toutes les situations. Son aisance relationnelle est une évidence, elle lui permet d'agir sur le terrain avec n'importe quel acteur de l'entreprise.

L'ingénieur informatique spécialiste de la chaîne de production, connaît les langages informatiques, les logiciels spécialisés, les nouvelles sciences technologiques (IA et Data), le cloud computing...

L'autonomie et la rigueur lui permettent d'avancer sereinement. Son sang-froid et sa résistance au stress sont ses atouts majeurs en cas de difficulté. Il maîtrise l'anglais technique et courant car il peut travailler à l'international ou collaborer avec des interlocuteurs multiculturels.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'ingénieur informatique industriel

Dans l'industrie, les ingénieurs en informatique sont de plus en plus souvent amenés à collaborer avec le service qualité. Les entreprises du secteur industriel ont besoin d'ingénieurs en informatique dotés d'une forte culture industrielle, c'est pourquoi le métier est bien placé sur le marché du recrutement.

Les nouvelles technologies donnent une dimension nouvelle à la profession : la robotisation notamment qui doit supprimer les métiers à faible valeur ajoutée pour en créer d'autres et intensifier la force de production.

Au fur et à mesure de l'évolution de carrière, l'ingénieur en informatique industrielle prendra la responsabilité de projets plus conséquents et d'équipes plus denses. A terme, son expertise peut le conduire à occuper un poste de directeur informatique.

Entre opérationnel et stratégique, entre gestion des problématiques présentes et enjeux d'avenir, l'ingénieur en informatique industrielle participe à la performance de la production.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Ingénieur de la qualité industrielle industrielle



INGÉNIEUR DE LA QUALITÉ INDUSTRIELLE

On l'appelle aussi ingénieur qualicien industriel ou ingénieur contrôle qualité. Il met en place et coordonne la politique de qualité de la production selon les réglementations. Ses actions concernent toute la structure industrielle : les services, les méthodes, les outils... Quel que soit le secteur d'activité, l'ingénieur de la qualité industrielle participe à créer un contexte sain et conforme dans lequel la performance générale de l'entreprise pourra se développer.

Présentation et missions principales de l'ingénieur qualité industrielle

Plasturgie, pétrochimie, agroalimentaire, aéronautique, énergie, nautisme, textile, médical... Les domaines industriels sont confrontés à des objectifs de qualités différents selon le type d'activité.

L'ingénieur de la qualité industrielle opère de manière transversale pour décliner la stratégie dans toute l'organisation : études, production, prestataires... Il coordonne les différentes étapes dans la démarche de qualité en suivant tout le cycle de vie du produit.

Il a en charge la mise en place, le maintien et l'évolution de la qualité tout au long du processus de fabrication industrielle.

L'ingénieur crée un système de management de la qualité, il réalise des audits et des rapports, conçoit des dispositifs de sensibilisation, il évalue les coûts des non-conformités, il contrôle le suivi des actions, élabore les dossiers d'homologation et pilote la procédure de certification. Il surveille et analyse les résultats en transmettant les informations aux services concernés. Il vérifie la conformité des outils de mesure, il contrôle la validité de qualification des moyens et des collaborateurs (habilitations, autorisations, agréments).

Il coordonne ses équipes, les budgets dédiés et collabore de manière transversale avec différents acteurs de l'entreprise, ainsi qu'avec les auditeurs. Il œuvre sous le pilotage du directeur de la qualité.

Les normes et réglementations varient dans un contexte international.



Compétences et qualités du métier d'ingénieur en qualité industrielle

Métier d'expertise technique par excellence, l'ingénieur spécialisé mène toutes ses actions en gardant en ligne de mire l'hygiène, la qualité et la sécurité pour servir au mieux son entreprise, les clients, les collaborateurs. C'est une fonction de management de projet qui comporte des responsabilités importantes. Il est donc impératif de présenter une grande résistance au stress.

L'ingénieur en qualité industrielle est très organisé pour valider chacune des étapes de sa mission dans les délais. Il est doté d'une précision et d'une impartialité sans faille. Méthodique, il sait répartir les tâches et créer les circuits les plus efficaces pour atteindre ses objectifs. Sa vigilance et son sens de l'observation lui permettent d'anticiper les événements. Sa capacité d'analyse lui offre d'étudier des informations variées pour les synthétiser et les transformer en solutions. Diplomatie et pédagogie font partie de ses grandes qualités pour sensibiliser les interlocuteurs, quels qu'ils soient.

L'ingénieur qualité maîtrise les progiciels de gestion intégrée, les ERP, les logiciels de production assistée par ordinateur (GPAO).

En plus de connaître les normes et les réglementations, il reste en formation continue pour être à jour des dernières évolutions. L'anglais est obligatoire si la mission est internationale.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'ingénieur de la qualité industrielle

Les évolutions du poste concernent l'ampleur des missions, la taille des industries et la densité des équipes de techniciens qualité.

L'ingénieur qualité peut aussi choisir de rejoindre un cabinet d'audit ou occuper le poste de directeur de la qualité après quelques années d'expérience.

La maîtrise de la qualité dans la chaîne industrielle est une mission sensible. Elle mobilise de nombreuses compétences et connaissances, ainsi qu'un savoir-être exceptionnel. C'est une profession idéale pour qui aime le défi et le changement.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Ingénieur de la qualité industrielle



CHEF DE PRODUIT INDUSTRIEL

Il se charge de suivre les étapes de conception et de développement d'un produit manufacturé : depuis l'origine du projet jusqu'à l'évolution de son lancement sur le marché. Le chef de produit industriel collabore avec différents interlocuteurs de la production selon les phases d'avancée du projet. Entre expertise marketing et connaissance profonde du secteur industriel, il est la pierre angulaire de la fabrication et de la commercialisation d'un produit d'usine.

Présentation et missions principales du chef de produit industriel

Il peut être responsable d'un seul produit ou d'une gamme complète.

Après une étude de marché, ce professionnel propose un nouveau produit ou le développement d'un produit existant. Il définit les caractéristiques et suit les équipes de production lors des phases de fabrication et de test. Il est également en contact avec les fournisseurs et les prestataires (approvisionnement en matières premières, transport...) pour la mise en place de l'offre.

Il gère le budget du projet et veille à le respecter scrupuleusement.

Compétences et qualités du métier de chef de produit industriel

Le chef de produit industriel est un expert du monde industriel et de l'innovation. Ses qualités relationnelles lui permettent d'interagir avec des interlocuteurs différents : équipes techniques, bureaux d'étude, commerciaux, publicitaires, prestataires...

A l'affût des tendances, il sait rebondir et s'adapter pour trouver l'harmonie entre les propositions qu'il fait et les attentes de ses cibles. Il reste en veille sur les nouvelles pratiques et sait sélectionner les vecteurs qui seront utiles à la visibilité et à l'attractivité de son produit.

Il est doté d'un esprit créatif et innovant qui l'aident à garder une longueur d'avance. Grâce à ses capacités d'analyse et de synthèse, il sait visualiser la performance de ses actions, en tirer des conclusions et réajuster lorsque c'est nécessaire.

Sa capacité d'écoute est importante. Impérative pour le métier, la rigueur lui permet de respecter les budgets, les étapes, les plannings.



Il utilise tous les jours son pouvoir de négociation avec les fournisseurs et tous les autres interlocuteurs. Si le chef de produit travaille à l'international, il lui faudra maîtriser l'anglais.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de chef de produit industriel

L'industrie recherche régulièrement ces experts dotés d'un savoir technique important. Les débouchés de la profession sont vastes : automobile, cosmétique, médical, agroalimentaire, aéronautique... La mission peut être nationale ou internationale.

Après quelques années d'expérience, le chef de produit industriel peut évoluer vers un poste de directeur d'unité industrielle.

De la conception à la réalisation en passant par la coordination avec les différents services, le chef de produit assure la concrétisation du projet et sa performance.

Il sait activer les bons leviers qui mèneront au succès. Le regard qu'il pose sur le marché est analytique et avant-gardiste. Capable de dénicher les nouvelles tendances, il peut même les lancer ! C'est une profession dynamique qui fait appel à de nombreuses compétences. La pluralité des sujets et des missions rend le métier passionnant.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Systèmes de Production Intelligents et Contrôle Qualité.



<https://www.isga.ma/fiche-metier-chef-de-produit-industriel/>

Systemes informatiques

1. Administrateur bases données
2. Architecte solutions web
3. Auditeur risques informatique
4. Concepteur applications
5. Createur startup univers mobile
6. Data scientist
7. Ingénieur architecture administration sécurité systèmes d'information

ADMINISTRATEUR DE BASES DE DONNÉES

On l'appelle aussi database administrator (DBA) ou responsable de bases de données. Il organise, paramètre et gère les systèmes de bases de données pour les rendre pertinents, sécurisés et performants. Il peut s'agir de fichiers clients, fiches produits, données internes... L'administrateur BDD garantit à l'entreprise la protection, la persistance et l'utilisation optimale de ses données.

Présentation et missions principales du métier d'administrateur de bases de données

Il est embauché par une entreprise ou intervient en tant que prestataire externe. Il travaille en étroite collaboration avec l'architecte des systèmes et réseaux. L'administrateur peut gérer une ou plusieurs bases de données simultanément. Il pilote une équipe de techniciens informatiques. Il est autant en contact avec les experts techniques (intégrateurs, chefs de projet, architectes, data scientist...) que les utilisateurs de la base (fonctions supports par exemple). Il suit un cahier des charges précis et paramètre les outils en fonction. Il définit les règles d'accès et de sécurité. Son travail est de faciliter l'accès aux informations, de les sécuriser (des cyber-attaques ou des pertes), de les hiérarchiser... Il doit permettre aux utilisateurs une exploitation simple et efficace des données. En cas de défaillance, il intervient rapidement.

Il choisit les solutions technologiques adéquates et gère la relation avec les fournisseurs.

Il crée des passerelles efficaces et sécurisées entre les outils existants et les bases de données. Il améliore les fonctionnalités et les automatisations selon les requêtes et les modes d'utilisation. Il suit la performance des bases qu'il met en place. Il s'occupe des mises à jour, des changements de programmes, des mises en production, des tests, des sauvegardes. Il analyse les problèmes et les résout. Il fait en sorte qu'il n'y ait pas d'incident. Il définit des procédures d'intervention auprès de son équipe.

Il suit les évolutions technologiques de son secteur et améliore ses systèmes régulièrement.

Son supérieur hiérarchique est le directeur informatique ou le directeur des systèmes d'information.

Compétences et qualités de l'administrateur de bases de données

Profil technique et analytique, il est autant dans l'action que dans la réflexion. Son gros bagage technique lui permet d'avoir une vision d'ensemble des systèmes, des technologies et des rôles des experts. Bon coordinateur, il sait optimiser les forces de l'équipe, mettre en place des méthodes et choisir des outils pertinents par rapport au secteur d'activité, au cahier des charges et en fonction des besoins opérationnels et analytiques. Pragmatique et créatif, il va à l'essentiel en réinventant les modèles en place. Sa curiosité lui permet de se tenir informé des dernières innovations pour son activité. Son grand sens de la relation l'aide à interagir avec des interlocuteurs variés. Il sait démocrati-

ser ses propos pour être compris du plus grand nombre. Il peut même être amené à former les fonctions supports pour l'utilisation des outils. Il doit rester à l'écoute des besoins des utilisateurs et trouver des compromis entre leurs attentes, le cahier des charges et les contraintes techniques des systèmes.

Vigilant, le database administrator garde dans sa ligne de mire la sécurité des données. Il anticipe les risques et les incidents pour offrir une couverture de protection la plus efficace possible. Il réagit vite et bien en cas de problème.

Dans le secteur de la production, l'administrateur de bases de données peut travailler en horaires décalés et assurer une maintenance le week-end.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'administrateur de bases de données

Dans les grandes organisations, le database administrator encadre des équipes importantes. Le nombre de données à stocker et à analyser est croissant, le métier est donc largement demandé et prend de l'ampleur en même temps que les technologies des données évoluent.

Le métier d'administrateur peut conduire à celui de directeur des systèmes d'information ou de directeur des infrastructures informatiques ou encore de responsable de production informatique.

Les données deviennent une matière précieuse pour l'entreprise et sa croissance. Les cultiver, les protéger, les organiser et favoriser leur accessibilité permet de déployer leur pouvoir. L'administrateur des bases de données occupe donc un rôle majeur dans le développement de l'entreprise.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Administrateur de bases de données



ARCHITECTE DE SOLUTIONS WEB

On l'appelle aussi chef de projets en solutions web. Il intervient pour la création ou le développement d'un site internet ou d'une application. Il choisit les solutions technologiques, élabore la structure du projet, suit son déploiement et son évolution en coordonnant les équipes d'experts.

Son savoir-faire permet de capitaliser sur une base de travail pertinente par rapport au sujet et d'obtenir une croissance fructueuse de la plateforme web.

Présentation et missions principales de l'architecte de solutions web

Il travaille pour un agence web, en freelance, en SSII ou en entreprise. L'objectif de sa mission est de poser les bases technologiques idéales pour développer un projet de site web ou d'application. Au tout départ, il analyse le cahier des charges, les besoins de l'entreprise et des utilisateurs. Il répertorie les fonctionnalités et les éventuels ajouts qui pourraient être nécessaires par la suite. Il se concentre évidemment sur le secteur d'activité et s'intéresse aux solutions proposées par la concurrence pour optimiser l'outil et le parcours utilisateur.

L'architecte de solutions web choisit les briques technologiques, les infrastructures web et la façon de les relier les unes aux autres. Il établit des schémas de structure et de développement. Il est essentiel au début d'un projet mais également lors des différentes étapes de son évolution. Sous la responsabilité du directeur du digital, il collabore avec de nombreux professionnels (codeurs, développeurs, administrateurs de bases de données, experts UX et UI, designers...). A chaque étape, il teste et contrôle les fonctionnalités. Il est évidemment à l'affût des innovations pour doter ses réalisations de technologies d'avant-garde.

Compétences et qualités de l'architecte de solutions web

Il est autonome et organisé. Sa haute technicité n'a d'égal que sa grande polyvalence. Il connaît les différents outils et technologies (CMS, langages informatiques, Data, IA...), ainsi que les métiers du web. Bon manager, il crée de l'émulation autour de son projet. Excellent communicant, il a un pouvoir fédérateur. Il sait aussi écouter les experts et les faire collaborer. Il aime le travail en équipe.

En veille active, il anticipe les futurs besoins des consommateurs et sait déceler un outil ou une technologie d'avenir. Il fixe le cadre et les objectifs. Il communique sur l'avancée des sites ou des applications web et tient les délais.

Les équations à multiples inconnues ne lui font pas peur, au contraire. Il aime les casse-têtes. Son esprit analytique lui permet de résoudre des problématiques complexes. Il est assez habile pour créer des plateformes qui cumulent de nombreux objectifs, paramètres et impératifs, le tout en proposant un parcours utilisateur d'exception.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'architecte de solutions web

Chaque projet définissant un nouveau cahier des charges et des contraintes différentes, le métier d'architecte web connaît un renouvellement perpétuel. Les progrès technologiques nourrissent l'émulation intellectuelle de l'architecte web.

C'est un métier capital pour poser les bases optimales d'un projet de création ou de développement.

Après une bonne expérience, l'architecte de solutions web pourra évoluer vers les postes de chef de projets web, directeur du digital, directeur artistique ou directeur de projets web.

Si la contrainte crée l'imagination, alors l'architecte web n'en sera que plus créatif ! Le métier est essentiel pour créer une expérience utilisateur idéale et participer au développement de l'image de marque.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs parcours : Ingénierie du Développement Web et Mobile.



<https://www.isga.ma/fiche-metier-architecte-de-solutions-web/>

CONCEPTEUR ET DÉVELOPPEUR D'APPLICATIONS MOBILES



On le nomme aussi Ingénieur en développement d'applications mobiles. Il est chargé de concevoir et d'améliorer les interfaces web pour les appareils nomades (smartphones, tablettes, objets connectés). Il travaille l'optimisation du parcours client et veille à respecter le cahier des charges de l'entreprise ou de la marque. Le concepteur-développeur d'applications mobile occupe une fonction clé dans le domaine digital. Le métier nécessite de nombreuses compétences et une adaptabilité permanente aux évolutions technologiques.

Présentation et missions principales de l'ingénieur en applications mobiles

Le concepteur peut travailler en entreprise sous la responsabilité du directeur du digital ou du chef de projet digital. Il peut aussi être salarié d'une SSII et être prestataire chez un de ses clients. Il coordonne une équipe de concepteurs, développeurs, experts UX et UI. Il a la responsabilité de créer, développer, adapter, relier les modules de l'application aux autres outils digitaux. Il suit les différentes étapes selon un cahier des charges prédéfini. Il réalise des programmes permettant le traitement des données. Il tient les plannings et les budgets lors de l'avancée du projet. L'ingénieur en applications mobiles élabore des protocoles et des scénarios pour optimiser le travail des équipes. Supervisant la programmation et le design des interfaces, il fait des points à chaque étape. Il effectue des tests et empile différentes versions avant de livrer son projet final.

Compétences et qualités du concepteur-développeur d'applications web

La capacité d'analyse est le fil conducteur du métier. Il faut pouvoir comprendre et anticiper les attentes, les actions et les réactions des consommateurs. L'empathie digitale est donc un « must have ».

L'ingénieur en applications mobiles connaît les langages informatiques, l'univers des bases de données, les bibliothèques de programmation, les différents environnements de développement, les systèmes d'exploitation, les frameworks et les technologies (en IA et Data science). Il sait rédiger les spécifications techniques. Son travail nécessite une capacité managériale importante. Il organise

le travail des équipes et structure les missions. Son sens du relationnel est une évidence. Sa souplesse, son ouverture d'esprit, sa rigueur sont ses atouts premiers. L'ingénieur en applications mobiles a un goût prononcé pour l'innovation technologique et pour le travail collaboratif.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'ingénieur en applications web

La digitalisation du parcours client se place désormais au cœur de la performance d'une entreprise. Elle peut viser un objectif commercial ou un objectif d'adhésion. Quoi qu'il en soit, elle agit sur l'image de marque. Ainsi, l'ingénierie en conception d'applications mobiles est très recherchée sur le marché du recrutement.

Le perfectionnement des applications est une nécessité. Les évolutions technologiques apportent davantage de fonctionnalités et de latitude dans la conception. Le métier n'est donc jamais « au repos », les missions et les compétences grandissent au rythme des innovations technologiques.

Le métier d'ingénieur en applications mobiles fait appel à différents savoirs, savoir-faire et qualités. Il évolue et se perfectionne en suivant la cadence des technologies digitales. La fonction est fortement recherchée sur le marché de l'emploi parce que le développement des applications mobiles est devenu incontournable.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs parcours : Ingénierie du Développement Web et Mobile.



<https://www.isga.ma/fiche-metier-concepteur-et-developpeur-dapplications-mobiles/>

AUDITEUR EN RISQUE INFORMATIQUE

L'auditeur en risque informatique intervient dans les entreprises et les institutions pour vérifier la fiabilité des systèmes et dresser un état des lieux de leur vulnérabilité. L'auditeur, appelé aussi consultant en sécurité informatique, ou consultant IT-risk peut être appelé pour évaluer une fonctionnalité précise ou l'ensemble du réseau.

Virus, emails frauduleux, piratage, espionnage industriel, perte de données, malversations... Les cyber-menaces sont nombreuses et peuvent avoir des conséquences désastreuses en entreprise.

Présentation et missions principales de l'auditeur en risque informatique

Il travaille pour un cabinet de conseil ou d'audit en informatique. Sa vocation est d'aider l'entreprise à se protéger contre la cybercriminalité. L'auditeur commence par étudier le système : les procédures, les accès, les outils existants, les protections actuelles, les raccordements des réseaux internes et externes, la connexion à distance...

Il répertorie l'existant et dresse une architecture précise du système tel qu'il est. Le consultant en risque informatique passe ensuite à la phase d'analyse. Il effectue des tests et des contrôles d'intrusion. Il classe les risques par catégories et par niveaux de danger.

Cette étude lui permet de livrer un bilan scrupuleux des failles du système. Pour finir, il dévoile ses recommandations : nouvelle architecture, outils de protection, changements de logiciels, modification de l'administration des systèmes et des procédures...

Il collabore avec les ingénieurs systèmes et réseaux, les architectes et administrateurs des bases de données. Son rapport est rendu au directeur des systèmes d'information et à la direction générale.

Il peut être amené à aider l'entreprise à effectuer les mutations nécessaires, à former les équipes et à sensibiliser les collaborateurs.

Compétences et qualités principales de l'auditeur en risque informatique

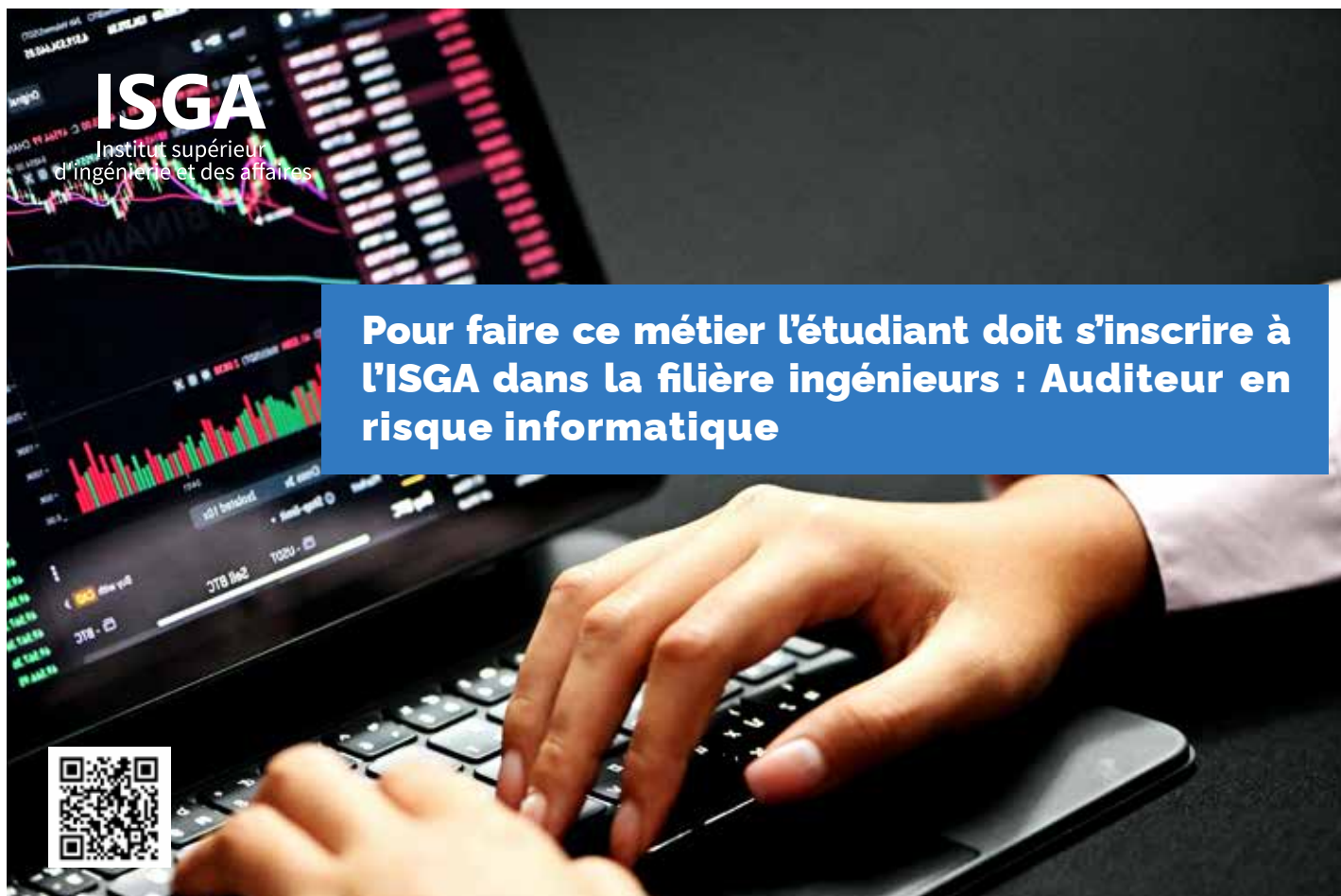
Fin limier de l'informatique, il traque les failles des systèmes. Son travail est méticuleux et appliqué. Pugnace, il cherche dans les moindres recoins des réseaux, des brèches dans lesquelles pourraient s'engouffrer les cybercriminels. Sa capacité d'analyse lui permet d'évaluer de manière pointue le niveau de risque et de confiance. Vif et curieux, il comprend rapidement le contexte et les procédures en place. Pertinent, il sait proposer des solutions adaptées aux besoins de l'entreprise selon son activité, ses méthodes, ses objectifs et ses enjeux. Il connaît aussi les impératifs légaux à respecter. Il fait preuve de confidentialité. Les défauts de risque informatique n'ont aucun secret pour lui. Il reste en veille constante sur la thématique de la cybercriminalité.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'auditeur en risque informatique

La fonction est récente et pourtant recherchée sur le marché de l'emploi. En effet, le développement des réseaux, le déploiement de l'interne vers l'externe, les connexions à distance via le télétravail, les paiements en ligne ont augmenté le besoin de protection des systèmes informatiques.


Le métier évolue aussi vite que les risques. Il a donc de beaux jours devant lui. Après quelques années d'expérience, l'auditeur en risque informatique pourra s'orienter vers un poste de directeur des systèmes d'information, ou encore créer son entreprise d'audit et de conseil.

L'auditeur en risque informatique permet à une entreprise de mesurer la fiabilité de son système et de ses réseaux. Il mobilise son expertise et son regard extérieur pour apporter une analyse profonde et des préconisations pertinentes. Son rôle permet aux entreprises d'optimiser leur sécurité et d'être préparées en cas d'intrusion dans les systèmes. Une nécessité technologique absolue !



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Auditeur en risque informatique





CRÉATEUR DE START-UP DANS L'UNIVERS DES APPLICATIONS MOBILES

Une start-up est une entreprise innovante qui présente un fort potentiel de croissance, parce qu'elle place son activité dans un secteur porteur et/ou qu'elle apporte une nouvelle réponse aux besoins des consommateurs ou utilisateurs. Les start-up sont nombreuses dans le domaine digital et plus précisément dans celui des applications mobiles. Le créateur de start-up se situe à la pointe de l'innovation en matière de service. Il a une bonne idée avant les autres. En quoi consiste le métier de « startuper » ?

Présentation et missions principales du créateur de start-up dans l'univers des applications mobiles

Le point de départ est une idée d'application mobile originale qui propose un service qui n'existe pas. On peut citer en exemple Blablacar ou Vinted qui sont devenues des entreprises pérennes.

Le créateur de start-up étudie son projet en amont et sa faisabilité : tendances de marché, business plan, modèle économique, étude concurrentielle, plan de communication, besoins en recrutement...

Une fois le projet d'application validé, il va devoir

financer le lancement de son activité. Il peut utiliser son argent personnel, effectuer un prêt à la banque ou demander une levée de fonds.

Généralement le créateur de start-up s'adosse à un incubateur (appelé aussi couveuse ou pépinière). Ce sont des structures (privées ou publiques) qui accompagnent les entreprises récemment créées ou existantes en voie de développement. Des professionnels y apportent leur soutien aux entrepreneurs sur divers sujets (financier, juridique, marketing, commercial...).

Le créateur de start-up dans le secteur des applications mobiles gère de nombreuses tâches. Il pilote tous les aspects de son entreprise. Il doit :

- Définir une identité graphique et un nom d'application
- Réaliser des budgets prévisionnels
- Mettre en place un planning
- Recruter les experts (développeurs, programmeurs, designers, professionnels de l'UX et de l'UI, data scientist...) et les manager
- Diriger la conception de son application
- Créer un plan de communication
- Etre présent dans les relations publiques
- Commercialiser son offre
- Suivre le développement de son projet
- Informer les investisseurs à chaque étape
- Transformer sa start-up en entreprise pérenne

Compétences et qualités du créateur de start-up en applications mobiles

Fan d'innovations digitales, il est créatif et visionnaire. Le métier sollicite de nombreuses compétences et qualités. Pour résumer, il faut connaître des sujets variés et savoir s'entourer des meilleurs. Le créateur de start-up est un excellent gestionnaire de projet. La coordination des équipes, le respect des délais et des budgets, la priorisation des tâches... sont primordiales pour conduire au succès. Il sait aussi convaincre les partenaires, les investisseurs, les médias, la presse, les acteurs locaux et le grand public.

Il lui faut être polyvalent et s'emparer des disciplines avec rapidité, pertinence et rebond. Il sait « apprendre sur le terrain » et franchir les obstacles grâce à sa pugnacité et son imagination. Il reste en veille dans le domaine digital pour conserver son avance sur la concurrence et s'emparer des technologies de pointe.

Tendances et facteurs d'évolution de créateur de start-up dans l'univers mobile

La start-up a pour vocation de devenir une PME rentable et solide. Le créateur de start-up évoluera donc en même temps que son entreprise. Son métier prendra de l'envergure au fur et à mesure que son business se développera.

Il pourra ensuite travailler en tant que consultant et ainsi conseiller d'autres créateurs de start-up. Un poste de direction générale d'entreprise sera également envisageable après quelques années d'expérience.

Le métier de créateur de start-up en applications mobiles est une profession qui allie polyvalence et innovation. Il permet de se confronter à tous les sujets de l'entreprise et de vivre une expérience unique et conséquente. Réinventant le monde digital, les créateurs de start-up sont aussi des créateurs d'avenir.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Créateur de start-up dans l'univers des applications mobiles



DATA SCIENTIST

On l'appelle aussi data miner. Le data scientist analyse et exploite les mégadonnées récupérées et organisées par le data engineer. Il les trie, les hiérarchise et les analyse pour en tirer des statistiques et des prévisions. Il tient un rôle d'interprète de la data. Ce nouvel or digital est une source importante qui permet de donner des pistes opérationnelles et stratégiques à l'entreprise.

Présentation et missions principales du data scientist

Les données dont il s'occupe peuvent être internes ou externes, c'est à dire concerner les clients, les fournisseurs, les prestataires, ou bien les collaborateurs de l'entreprise. Comme le data analyst, il fait parler les données. Mais contrairement à lui, il ne part pas d'un objectif précis. Ce sont les données qui vont l'amener à se poser des questions. Le data scientist développe des modèles de prédiction pour aider son entreprise à prendre des décisions stratégiques (marché, tendances, modes de consommation, amélioration des ressources internes...). Par exemple, suite à ses conclusions, la direction marketing peut valider ou non le lancement d'un produit, d'un service ou d'une offre. Il traduit les données mathématiques et algorithmiques en problématiques business. En fonction de ses besoins, il organise la collecte de données (hiérarchie, structure, croisement, stockage...).

Le responsable des systèmes d'information est généralement le supérieur hiérarchique du data scientist. Ce dernier interagit avec les services marketing, commercial et financier, ainsi qu'avec la direction générale. Il construit des algorithmes pour améliorer les résultats de recherche et de ciblage. Il choisit ses solutions technologiques pour optimiser la performance de ses conclusions. Il crée des tableaux de bord adaptés et compréhensibles par les acteurs concernés. Il effectue une veille technologique continue.

Son activité touche de nombreux domaines : finance, assurance, grande distribution, industrie, tourisme... Ses recommandations sont très attendues pour enclencher des prises de décision.

Compétences et qualités du métier de data scientist

Informaticien, statisticien et analyste, le data scientist a aussi de grandes connaissances en marketing, ce qui lui permet d'exploiter les données dans des perspectives de business. Il maîtrise au moins un langage de programmation et connaît les autres, ainsi que le machine learning. Les outils de management de la data font partie de son quotidien : SAS, SPSS, SAP, Access, SQL, no-SQL... Curieux, il sait chercher et reprendre ses investigations pour obtenir un résultat. Intuitif, il explore là où il pourra dénicher des informations précieuses. Il aime les casse-têtes et défaire les « nœuds » informatiques. Son agilité et sa patience ne sont plus à prouver. Pédagogue, il est capable de s'adresser à des interlocuteurs variés et se faire comprendre en adaptant son langage. La veille technologique est une condition de sa réussite. C'est un métier d'expérimentation constante. La rigueur et l'organisation sont des piliers pour cette fonction à la fois très autonome et collaborative.

Le data scientist aime l'avant-garde, sortir des sentiers battus et se poser des questions. Il est force de proposition.



Tendances et facteurs d'évolution du métier de data scientist

La montée en puissance de la data et l'élargissement de son exploitation dans tous les secteurs d'activité donnent au métier de data scientist, une importance considérable. Après quelques années d'expérience, le data scientist peut piloter une équipe (chief data scientist, lead data scientist) ou devenir consultant. Il peut aussi se spécialiser dans un secteur d'activité.

Le travail du data scientist participe à améliorer les performances et la compétitivité de son entreprise. Grâce à son flair et son sens de l'analyse, il déniche des opportunités qu'il transforme en recommandations pertinentes pour la direction. Il permet à l'entreprise de ne pas rater de virage et de tenir la concurrence à distance.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Data scientist



<https://www.isga.ma/fiche-metier-data-scientist/>

INGÉNIEUR EN ARCHITECTURE ET ADMINISTRATION DE LA SÉCURITÉ DES SYSTÈMES D'INFORMATION



Également nommé ingénieur de la sécurité informatique, il élabore la politique de protection de l'environnement informatique et technologique d'une entreprise. Il conçoit une architecture pour protéger les systèmes d'information, en interne comme en externe (sites web, messageries, intranet, paiement en ligne, identification, droits d'accès...). Il définit, teste et réajuste les procédures. Un rôle majeur à l'heure des virus et des risques de hacking.

Présentation et missions principales de l'ingénieur en architecture et administration de la sécurité des SI

Son quotidien est animé par la recherche d'une protection maximale. Pour réussir, l'ingénieur sécurité gère l'administration des outils et des bases de données. Il définit le rôle de chaque utilisateur sur les équipements et leur périmètre d'action. Il veille à l'accessibilité des systèmes, la bonne transmission du flux d'information tout en les protégeant. Il doit concevoir une politique de sécurité des SI et la décliner en procédures efficaces (mots de passe, authentification, cryptographie, antivirus, certificats...). Il pilote une équipe de techniciens informatiques qui met en place les paramètres prédéfinis. Il organise des tests et des contrôles réguliers. Il prévoit des alertes en cas d'intrusion ou de dysfonctionnement suspect. L'ingénieur en architecture et administration de la sécurité des SI améliore sans cesse son système de sécurité. Il gère les relations avec les prestataires en lien avec l'activité de protection.

Il peut être embauché par une entreprise, par un cabinet d'audit en informatique ou par une SSII. Il réalise des audits réguliers pour déceler les risques nouveaux, rechercher les failles et les axes d'amélioration. Il établit des rapports à la suite des incidents pour analyser les causes et consolider la protection. Il rédige des communications autour de ces sujets pour la direction des SI et/ou les utilisateurs. Il répare les dommages causés après une intrusion ou une attaque virale, en donnant un plan d'action à ses équipes. L'ingénieur sécurité reste en veille sur la cybersécurité. Il suit aussi toutes les évolutions juridiques sur le sujet et garantit que les mesures de protection soient en phase avec la législation.

Compétences et qualités du métier d'ingénieur en architecture et administration de la sécurité des systèmes d'information

Ses compétences techniques en matière de protection informatique ne sont plus à prouver. Intuitif, il est capable d'anticiper. Sa ténacité lui permet de ne rien laisser passer. Grâce à son grand sens de l'analyse, il comprend une situation complexe et son contexte en un temps record. Son recul lui permet d'agir sans stress. Son esprit synthétique lui permet d'évaluer la performance de protection dans sa globalité.

Vigilant et averti, il connaît la vulnérabilité des systèmes et les nouvelles techniques d'intrusion. Il sait motiver et sensibiliser les collaborateurs qu'il pilote pour mettre en place des procédures efficacement redoutables.

Curieux et souple, il se remet en question et envisage de nouvelles solutions et procédures. Il doit s'adapter en permanence en fonction des évolutions des risques.

Bon communicant, il sait interagir avec différents interlocuteurs.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'ingénieur en architecture et administration de la sécurité des systèmes d'information

Les dirigeants ont aujourd'hui largement conscience du risque en matière de sécurité informatique. Les conséquences d'une intrusion ou d'une attaque virale peuvent être dévastatrices pour une entreprise. C'est pourquoi le métier d'ingénieur en sécurité informatique est nécessaire quel que soit le secteur d'activité. Il occupe donc une belle place sur le marché de l'emploi.

Les techniques d'intrusion évoluent, les systèmes de protection aussi. Optimiser les réseaux de sécurité est donc un challenge de tous les instants.

La carrière de l'ingénieur en sécurité informatique pourra s'orienter vers un poste de directeur des systèmes d'information après quelques années « de terrain ».

L'ingénieur en architecture et administration de la sécurité des systèmes d'information porte la grande responsabilité de protéger la technologie d'une organisation. Sa mission est un défi quotidien qui nécessite sang-froid, organisation et anticipation. Il est le cyber-mousquetaire de l'entreprise.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Ingénieur en architecture et administration de la sécurité des systèmes d'information





INGÉNIEUR SYSTÈMES ET RÉSEAUX

L'ingénieur systèmes et réseaux est responsable du système informatique d'une entreprise, d'une organisation ou d'une institution. Il est chargé de sa mise en place, de sa sécurité et de son évolution. Métier phare de l'informatique, sa fonction évolue au gré des avancées technologiques et grâce à l'ouverture des systèmes vers l'extérieur. Il peut désormais être amené à gérer des réseaux hétérogènes. Son rôle est capital pour optimiser le travail des services, la diffusion et la sécurité des informations.

Présentation et missions principales de l'ingénieur en systèmes et réseaux

On le nomme aussi ingénieur des systèmes d'information ou encore architecte des systèmes. Il peut travailler en entreprise, pour un constructeur de solutions informatiques ou pour une SSII. Il pilote une équipe de techniciens (méthode, hotline, intégration...). Il construit l'architecture du réseau informatique (en interne et les liens externes) en fonction des besoins de l'entreprise et de tous ses acteurs. Il propose du matériel et des solutions numériques adaptées au secteur d'activités et aux procédures. L'ingénieur systèmes et réseaux rédige un cahier des charges avec des spécifications techniques et des méthodes. Il lance des appels d'offres. Il met en place le système dans une organisation : intégration de logiciels, systèmes d'exploitation, bases de données, intranet..., il suit sa mise en œuvre et son évolution. Il définit les droits d'accès et les différents rôles en lien avec le réseau (les administrateurs, les utilisateurs...). L'étendue de son travail varie selon le type de structure. Il gère son budget. Responsable de la sécurité des systèmes, il teste et vérifie la fiabilité des équipements régulièrement et tient des tableaux de bord. Il supervise les interventions techniques. Il traite les relations avec les fournisseurs et se charge des contrats. Il organise et conçoit des for-

mations pour aider les collaborateurs à prendre les outils en main. L'ingénieur systèmes et réseaux reste en veille sur son secteur pour apporter des améliorations à ses architectures et à ses outils.

Compétences et qualités du métier d'ingénieur systèmes et réseaux

En plus de ses grandes compétences techniques en informatique (infrastructure, systèmes d'exploitation, administration, bases de données, logiciels...), l'ingénieur des systèmes et réseaux doit maîtriser les technologies du web pour pouvoir y relier ses outils. Il est à l'aise avec l'anglais technique. Organisé, fédérateur, il sait manager une équipe et la conduire au succès. Meticuleux, ses tableaux de bord et son cahier des charges sont suivis et alimentés régulièrement. Réactif et inventif, il doit avoir une réponse pour toutes les demandes des collaborateurs (collectives et individuelles). Souple, il démocratise son propos pour se faire comprendre facilement.

Il connaît très bien l'entreprise, sa stratégie, ses actions, ses besoins informatiques et son secteur d'activité. Il est capable d'anticipation. Exigeant et curieux, il reste en veille sur les technologies récentes pour proposer l'amélioration des systèmes. Vigilant, il vérifie régulièrement la fiabilité des outils et des systèmes.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'ingénieur des systèmes et des réseaux

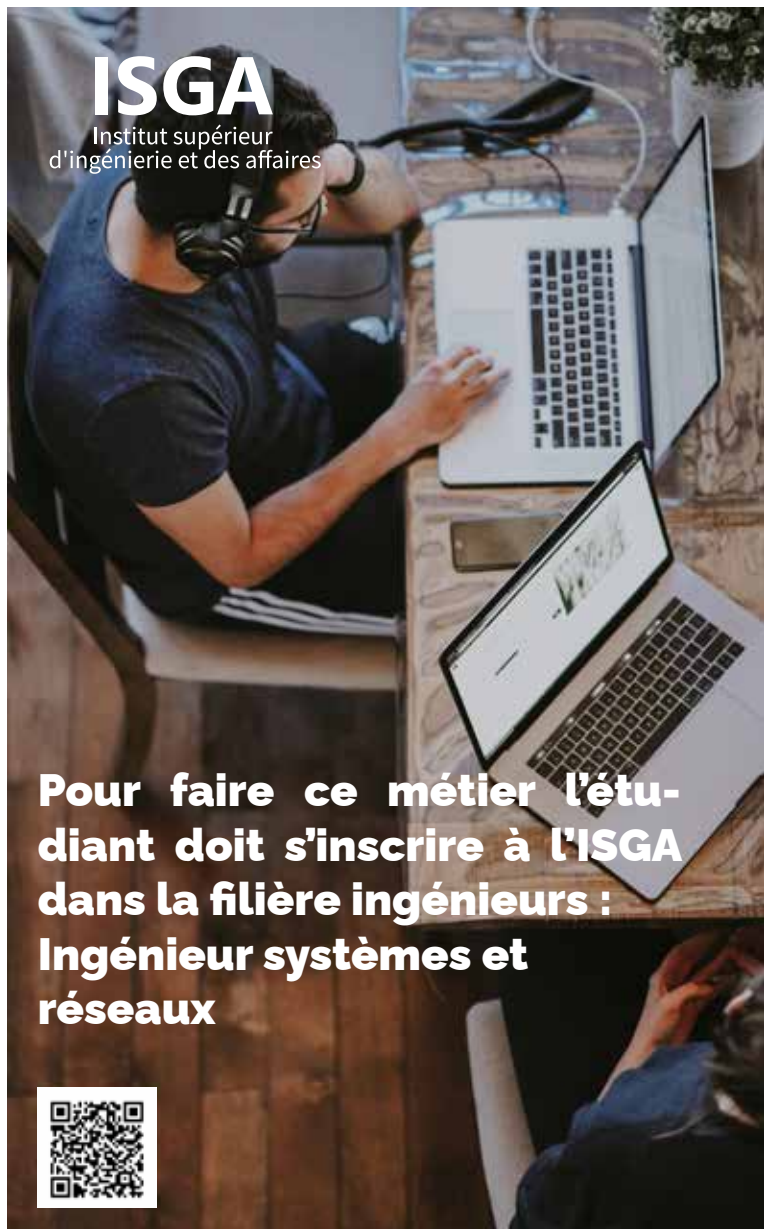
Le métier d'ingénieur systèmes et réseaux est très présent sur les sites d'emploi car son rôle est essentiel au bon fonctionnement d'une entreprise. Il a beaucoup évolué ces dernières années en même temps que sont apparues de nouvelles technologies. L'informatique est un domaine qui se développe sans cesse.

La maîtrise des coûts et la sécurité ont de plus en plus d'importance pour la fonction. Les interactions avec les prestataires se sont multipliées avec le développement des outils. La mobilité des supports, la flexibilité des solutions, la sécurité des données sont devenues primordiales pour faciliter le travail, préserver la confidentialité et accélérer les performances.

La fonction offre aussi de belles perspectives d'évolution. L'ingénieur systèmes et réseaux peut prétendre au poste de directeur des systèmes d'information après quelques années d'expertise, devenir consultant en systèmes informatiques ou encore créer son entreprise.


Profession phare du domaine informatique, l'ingénieur systèmes et réseaux porte la grande responsabilité du fonctionnement des outils et de l'optimisation des solutions.

Il est un référent indispensable au quotidien pour les organisations.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière ingénieurs : Ingénieur systèmes et réseaux



A woman with long brown hair, wearing a white blouse and grey trousers, is smiling and looking to her right while holding a tablet. She is standing in an office environment. In the background, another person is partially visible, and there is a desk with a computer monitor and various cables. A green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

Fiches métiers Management

Commerce et développement

1. Chef Zone Export
2. Consultant en stratégie commerciale
3. Directeur magasin
4. Ingénieur commercial / complex sales manager
5. Manager de point de vente
6. Manager du développement commercial
7. Responsable E-commerce

CHEF DE ZONE EXPORT

Appelé aussi export area manager, directeur de l'export ou encore chef de produit international, le chef de zone export est chargé de la commercialisation d'un produit ou d'un service et de son développement dans un secteur géographique particulier (un ou plusieurs pays). Il conçoit la stratégie commerciale, supervise et anime l'activité des équipes et gère les réseaux de distributions en prospectant de nouveaux marchés. C'est un métier qui nécessite de nombreuses connaissances et compétences.



Présentation et missions du chef de zone export

Le chef de zone export se charge d'implanter et de suivre la commercialisation d'un produit ou d'un service sur un secteur géographique défini. Il voyage donc beaucoup à l'international et rencontre un grand nombre d'interlocuteurs. Il sélectionne les distributeurs, participe au choix des investissements, met en place les accords commerciaux et coordonne la gestion du projet. Il constitue, coordonne et anime les équipes. Il est à l'origine de la stratégie commerciale de sa couverture géographique. Son quotidien est fait de négociations et de choix. Intermédiaire entre la direction, les équipes commerciales et les prestataires, il gère de nombreuses actions simultanées. Il représente l'entreprise à l'international. Il participe à des rencontres et à des événements (salons, congrès, signatures de partenariats...). Le chef de zone export garde toujours le cap sur le chiffre d'affaires et la rentabilité.

Compétences et qualités du chef de zone export

Commercial de haut niveau, le chef de zone export s'appuie sur de nombreuses qualités, connaissances et compétences :

- Les techniques et la stratégie commerciales
- Le droit international
- La fiscalité internationale
- La négociation
- La rigueur
- L'organisation
- L'adaptation interculturelle
- L'ouverture d'esprit
- Le sens de l'analyse et de l'anticipation
- Le relationnel
- La compréhension d'une situation, des risques, d'un contexte et des enjeux
- L'aptitude à la résolution de problèmes complexes multifactoriels
- La gestion de projet
- La veille sur le marché et les usages

Le chef de zone export connaît les marchés et les tendances de son territoire. Il sait synthétiser les informations pour obtenir une vision globale et élaborer un plan pertinent avant de passer à l'action. Sa capacité à interpréter différents indicateurs l'aide à évaluer les forces, les faiblesses et à dénicher les opportunités de son territoire.

Il maîtrise l'anglais et/ou d'autres langues étrangères. Il applique la politique de son entreprise et l'adapte à d'autres cultures. Il saisit les opportunités pour développer la croissance de l'organisation qui l'emploie. Son excellent relationnel lui permet d'entrer en contact et de négocier facilement.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de chef de zone export

L'export ne concerne pas seulement les grandes entreprises, mais aussi les PME/PMI. Leur part dans l'exportation mondiale grimpe ces dernières années, ainsi que leur CA à l'export. Une opportunité de recrutement pour le métier.

La fonction de chef de zone export peut conduire aux métiers de directeur commercial international, directeur de filiale ou directeur du développement.

Sa fonction le place au cœur des décisions stratégiques, le chef de zone export porte donc un grand nombre de responsabilités. Il doit agir en fonction d'un contexte pluriel : une économie qui évolue, des technologies qui révolutionnent les usages, des impératifs écologiques et sociétaux qui deviennent incontournables. C'est un métier passionnant, qui impose une performance aux mille facettes, une acuité intellectuelle sans faille et surtout une grande souplesse.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Chef de zone export



CONSULTANT EN STRATÉGIE COMMERCIALE

Il élabore la stratégie commerciale de l'entreprise et définit le planning annuel des actions. Conseiller de direction, coordinateur d'équipe et gestionnaire de projet, le consultant en stratégie commerciale participe au développement de l'entreprise. Il travaille pour un cabinet de conseil et apporte un regard extérieur à l'organisation qui fait appel à ses services. Son regard aiguisé, sa connaissance du marché et sa grande culture des entreprises lui permettent de définir une vision différente et de mettre en place un nouveau fonctionnement pour augmenter la croissance.



Présentation et missions du métier de consultant en stratégie commerciale

Les dirigeants font appel à lui pour revoir leur business model. Le Consultant en stratégie commerciale accompagne les décideurs et les managers pour augmenter la performance de l'entreprise. Il étudie le marché, la concurrence, les tendances, les outils, les méthodes, les risques, les menaces, les opportunités... Il réalise un audit sur la stratégie en place et ses résultats pour :

- Capitaliser sur les forces de l'entreprise
- Trouver des axes de diversification et des voies de conquête

Son audit lui permet de prendre en compte le contexte de l'entreprise, ainsi que le paysage socio-économique dans lequel elle s'inscrit. Ensuite, le consultant peut définir une nouvelle façon d'envisager le développement commercial. Ses recommandations sont stratégiques mais aussi organisationnelles, technologiques et opérationnelles. Il est donc en charge de déployer le nou-

veau business model (segments, parts de marché, positionnement, investissements...), de redéfinir les rôles, de proposer de nouveaux outils et de nouvelles méthodes, de coordonner l'activité des commerciaux et d'animer les équipes... Le consultant en stratégie commerciale peut travailler pour différents secteurs d'activité : grande distribution, industrie, banque...

Compétences et qualités du consultant en stratégie commerciale

Chef de projet expérimenté, il sait résoudre des problèmes complexes aux facteurs pluriels. Sa capacité à prendre de la hauteur l'aide à faire des préconisations pertinentes et innovantes. Il est capable de comprendre rapidement de nombreux paramètres pour obtenir une vision juste de la société qui fait appel à ses services (la politique de l'entreprise, ses enjeux, ses freins...). Curieux, il promène un regard intéressé sur tout ce qui l'entoure et se nourrit de toutes les informations utiles.

Sociable, le consultant en stratégie commerciale sait s'adapter aux équipes et organiser une collaboration temporaire qui fédère tous les acteurs. Son autorité naturelle lui permet de proposer ses idées et de faire adhérer les collaborateurs. Structuré et organisé, il établit un rétro-planning. Il suit l'avancée de ses projets grâce à des indicateurs précis. Il maîtrise les logiciels de gestion de projet, les outils analytiques et connaît les nouvelles technologies. Le consultant en stratégie commerciale sait préparer et animer des réunions. Il pratique l'écoute active. Il compte sur de nombreuses connaissances : commerce, gestion, finance, droit, marketing, économie... pour guider les dirigeants et les managers.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de consultant en stratégie commerciale

La globalisation, l'évolution des marchés et les révolutions technologiques accélèrent la nécessité de performance des organisations. Le métier de consultant en stratégie commerciale permet d'apporter un souffle nouveau et de proposer des pistes jamais explorées auparavant, parce qu'il a une vision du marché plus transversale et surtout un regard neuf sur l'entreprise. Pour la suite de sa carrière, le consultant peut se spécialiser dans un secteur d'activité, prendre la direction d'un cabinet de conseil ou d'une entreprise.

Le consultant en stratégie commerciale mobilise de nombreuses qualités et compétences. La pluralité des sujets et l'évolution des marchés sont des remparts à la monotonie. C'est un métier stratégique et opérationnel qui permet de déployer des projets de grande envergure.



DIRECTEUR DE MAGASIN

Son rôle est de définir la stratégie de développement du magasin et de déployer une organisation opérationnelle performante. Le directeur de magasin mobilise différentes ressources de connaissances et de compétences pour couvrir tous les sujets qui concernent l'activité de son point de vente : finance, commercial, management, droit, merchandising, recrutement... Il garde en ligne de mire le développement du chiffre d'affaires.



Présentation et missions du directeur de magasin

Le directeur de magasin s'applique à suivre la politique de l'enseigne. Il peut s'agir d'un supermarché, d'un magasin d'ameublement, d'une marque de textile... Son quotidien s'organise autour de diverses missions et il collabore avec de nombreux interlocuteurs (prestataires, service achats, fournisseurs, services centralisés de la marque, partenaires locaux, clients, agences d'intérim, collaborateurs...).

Il conçoit la stratégie de développement commercial et supervise l'opérationnel. Il prévoit et gère son budget. Il fixe des objectifs et mesure la rentabilité du magasin et de ses rayons.

Il recrute les membres de son équipe, se charge des plannings, des contrats, des absences... Il supervise la gestion administrative et financière, pilote l'activité commerciale, organise la répartition du travail avec les managers, se charge des partenariats...

Il est responsable des résultats économiques du magasin et de son personnel. Il dirige aussi toute la partie matérielle : réaménagement, mise des locaux aux normes, affichage légal...

Il tient des tableaux de bord à jour et renseigne les résultats du magasin pour avoir une vision globale en temps réel de la performance commerciale. Il transmet toutes les informations utiles (chiffres, commentaires, propositions, projets) à la direction de l'enseigne.

Compétences et qualités du directeur de magasin

Le directeur d'un point de vente est à l'aise sur de nombreux sujets :

- Management
- Commercial
- Finance
- Droit
- Marketing
- RH
- Logistique
- Achats
- Approvisionnements
- Gestion

Sa capacité d'analyse et son esprit de synthèse sont ses atouts majeurs. Son relationnel et son aptitude à la négociation en font un professionnel aguerri. Il sait s'adapter à des interlocuteurs variés et traiter différentes problématiques. La résolution de problèmes fait partie de son quotidien. Organisé et rigoureux, le directeur de magasin va à l'essentiel. Il connaît ses équipes, ses chiffres, les forces et les faiblesses de son point de vente. Curieux, il est à l'affût des tendances et des innovations, des menaces et des opportunités. Audacieux, il aime tester de nouvelles méthodes et actions, des fonctionnements différents.

Son charisme, sa disponibilité et sa capacité d'écoute lui permettent de fédérer les équipes en

place. Son sang-froid face aux réclamations et aux difficultés n'est plus à prouver. Il vit chaque problématique comme un nouveau défi à relever. Disponible et à l'écoute, il est le chef d'orchestre du magasin, il « donne le La » pour que l'équipe soit au diapason.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de directeur de magasin

Les évolutions des comportements des consommateurs donnent lieu à des révisions régulières de la stratégie commerciale. Ainsi, le directeur de magasin doit être en veille constante et se réinventer pour accroître la performance de son point de vente.

La mobilité est un facteur important pour l'évolution de sa carrière.

Son expérience pourra le conduire vers d'autres fonctions : directeur régional pour la marque, directeur commercial, directeur d'enseigne ou encore directeur international.

Métier polyvalent et intense, le poste de directeur de magasin offre de beaux défis à l'heure où la concurrence est immense, les modes de consommations migrent et le E-commerce explose.

ISGA

Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Directeur de magasin



<https://www.isga.ma/fiche-metier-directeur-de-magasin/>

INGÉNIEUR COMMERCIAL / COMPLEX SALES MANAGER

On le nomme aussi **complex sales manager** ou encore **ingénieur d'affaires**. L'ingénieur commercial assure la vente de produits ou de services dans des domaines bien spécifiques qui demandent une maîtrise technique (aéronautique, mécanique, systèmes informatiques...). Il développe la clientèle, la fidélise et reste son interlocuteur privilégié pendant toute la relation commerciale.

Présentation et missions principales du complex sales manager

Commercial hyperspécialisé dans un domaine d'activité, il fait le pont entre son entreprise et les clients ou prospects. Entre technicité de pointe et stratégie commerciale pointue, il a la charge d'un marché précis et d'une zone géographique définie. Le directeur commercial est son supérieur hiérarchique. L'ingénieur d'affaires travaille sa stratégie de prospection en étudiant sa cible, ses concurrents et son marché. Il identifie les besoins des clients pour leur proposer une offre adaptée. Il maîtrise la particularité des produits et/ou des services qu'il commercialise et peut ainsi répondre à toutes les questions et objections. Son action peut être liée à son démarchage ou faire suite à un appel d'offres. Il argumente en plaçant son offre dans un contexte précis en tenant compte des enjeux de l'entreprise cliente. Son rôle implique une mission de conseil dans laquelle il pourra convaincre par son expertise. En fonction du cahier des charges, il rédige des propositions commerciales sur-mesure et haute couture. Il suit la relation commerciale à chaque étape : il s'assure du bon déroulement de la prestation, de la tenue des délais et de la satisfaction de son client dès la livraison et pendant l'usage. Son objectif est de développer le chiffre d'affaires de son entreprise sur son segment de marché.

Compétences et qualités de l'ingénieur commercial

L'ingénieur d'affaires peut compter sur une grande connaissance des produits et des solutions qu'il vend. Il effectue une veille constante

sur le marché et se tient à jour de toutes les innovations de son domaine. Il connaît parfaitement le secteur d'activité dans lequel il évolue et dans lequel s'inscrivent ses clients (en majorité des industriels). Il sait gérer un projet dans sa globalité en toute autonomie, même si son activité lui offre des collaborations avec d'autres services (techniques, marketing, production, maintenance, gestion...). Son relationnel est excellent. Sa force de conviction est grande. Son esprit d'analyse lui permet de comprendre rapidement les tenants et les aboutissants d'une relation commerciale. Il cultive son réseau. L'anglais est souvent nécessaire pour sa fonction. Les déplacements peuvent être nombreux, selon le périmètre de sa zone géographique.

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier d'ingénieur commercial

La double compétence technique et commerciale est un atout sur le marché de l'emploi. La complexité de certains produits ou services et leur développement imposent une adaptation constante qui élargit le savoir et le savoir-faire du métier. Les nouvelles technologies ont besoin de commerciaux spécialisés pour faire connaître et déployer les solutions auprès du « commun des mortels ». Une opportunité pour ces profils aiguisés.

La plupart des complex sales managers sont spécialisés dans un domaine d'activité particulier.

Le poste d'ingénieur d'affaires peut conduire aux fonctions de directeur commercial, d'ingénieur commercial grands comptes ou de consultant en stratégie commerciale.

Entre talent relationnel et expertise technique, le cœur du métier d'ingénieur commercial ne balance pas. Ces deux moteurs propulsent sa performance au sommet de la relation client.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-ingenieur-commercial/>

MANAGER DE POINT DE VENTE

Il définit et met en œuvre l'organisation d'un magasin ou d'une boutique. Le manager de point de vente (ou chef des ventes) encadre et anime une équipe, gère l'espace commercial autant que ses impératifs en termes d'achats, de stocks, d'approvisionnement...

C'est un métier de spécialiste de la vente et du management, qui compte de nombreuses missions et qui fait appel à des connaissances et des compétences plurielles.

Présentation et missions principales du manager de point de vente

Sa vocation est de veiller au bon fonctionnement du magasin tous azimuts : organisation, performance, rentabilité... Ambassadeur de la marque, le responsable du point de vente suit la politique commerciale de l'enseigne.

Il définit et met en place l'organisation du magasin. Il se charge d'optimiser les ventes, de théâtraliser les espaces, d'approvisionner le magasin, de mettre en place des animations, de recevoir et vérifier les commandes... Il est en contact avec le directeur du magasin, ses équipes de vendeurs, les prestataires extérieurs, les clients. Il supervise la mise en rayon faite par ses équipes. Il suit les résultats et réajuste en fonction. Il est garant de la qualité de l'accueil en magasin. Il gère aussi les litiges avec les prestataires et tient compte des remarques des clients.

Il peut travailler dans un supermarché, un magasin d'électroménager, pour une chaîne d'ameublement, une marque textile...

Compétences clés du manager de point de vente

Avant tout, ce spécialiste commercial connaît son marché sur le bout des doigts. Il maîtrise les techniques de vente et de marketing. La PLV (promotion sur lieu de vente) fait partie de son quotidien. Rigoureux et organisé, c'est un métronome sur lequel les équipes peuvent compter. Maîtrisant les outils de reporting et les logiciels spécialisés, il remplit des tableaux de bord pour connaître la situation du magasin en temps réel. Il suit les résultats avec intérêt et les communique à son supérieur hiérarchique (le directeur du magasin). Il se charge aussi des plannings de l'équipe. La gestion des stocks, la gestion comptable et administrative font partie de ses compétences.

A l'écoute des remarques des clients et de ses collaborateurs, il prend à bras-le-corps chaque problématique. Le manager de point de vente est très à l'aise au niveau relationnel. Il n'a aucune difficulté à entrer en contact avec ses interlocuteurs quels qu'ils soient. Il aime la relation client et la gestion d'équipe. C'est un bon animateur qui sait fédérer autour de ses activités. Il encourage et accompagne l'évolution des vendeurs. Intuitif, il peut prendre des décisions rapidement. Dynamique et réactif, il sait aussi anticiper. Sa veille et son esprit d'analyse lui permettent d'être performant.

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier de manager de point de vente

La spécialisation dans un univers de produits est un atout pour le métier. Sur le marché de l'emploi, les offres font légion pour les managers de points de vente. Avec l'expérience, il est envisageable d'occuper le même poste dans un magasin de plus grande envergure.

La fonction peut conduire vers un poste de directeur de magasin.

Manager de point de vente est un métier large et dynamique. Il trouve son succès grâce au trio : performance collaborative, capacité à piloter et expertise commerciale.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-manager-de-point-de-vente/>

MANAGER DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

On l'appelle aussi chef des ventes, chef de secteur ou responsable de zone. Le responsable du développement commercial élabore une stratégie pour augmenter les parts de marché de son entreprise ou de la marque qu'il représente. Il peut travailler dans des secteurs d'activité très variés (digital, automobile, agroalimentaire, cosmétique, médical...). Entre fidélisation et acquisition de nouveaux clients, il participe à l'augmentation des ventes de produits ou de services. Il anime la force commerciale et pilote ses actions. Le manager de développement commercial est directement lié à la croissance de l'entreprise.

Présentation et missions principales du responsable du développement commercial

Commercial expérimenté et manager de haut niveau, le responsable du développement commercial pilote une équipe de vendeurs. Il reste connecté à son marché et à son secteur d'activité. Il suit les tendances et la concurrence. A partir de la stratégie marketing et la politique commerciale de l'entreprise, il conçoit un plan d'action pour accroître le chiffre d'affaires. Il anime la force de vente, il organise les missions, gère des événements (comme les salons par exemple), crée un argumentaire, des offres spéciales, des promotions... Le manager du développement commercial recrute et forme les nouveaux membres de son équipe. Il détermine les objectifs de vente. Il suit les résultats avec attention, les analyse et revoit sa stratégie si besoin. Il tient compte des commentaires des clients que lui rapportent les commerciaux. Il participe au développement des services ou des produits proposés. Il suit la négociation et la reprend si besoin. Il représente l'entreprise auprès des clients et transmet les valeurs et l'identité de la marque à ses collaborateurs.

Il peut travailler sur le territoire national ou bien à l'international.



Compétences et qualités du responsable du développement commercial

Outre ses talents en vente, en négociation et en management, il est doté d'un esprit stratégique. Il aime les chiffres et sait les faire « parler ». Sa rigueur et son sens de l'organisation lui permettent de donner « le tempo » à son équipe. Vigilant et prévoyant, il reste toujours en veille sur son marché et son domaine d'activité. Visionnaire, il peut anticiper et rebondir facilement face aux difficultés. Le manager du développement commercial réussit à fédérer autour de ses projets et de ses actions. Son relationnel est excellent. Empathique, il sait se mettre à la place de sa cible de clients. Il manie très bien les outils informatiques. Son anglais est impeccable pour travailler à l'international ou avec des interlocuteurs internationaux (fournisseurs, fabricants, clients...). Impliqué, il ne perd jamais de vue ses objectifs commerciaux malgré la polyvalence de ses missions.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de manager de développement commercial

La force commerciale doit être solide, donc bien pilotée pour faire face à une concurrence mondiale de plus en plus dense. Le métier de manager du développement commercial se transforme constamment, à mesure que les modes de consommation changent. La Data est une source importante pour connaître avec précision sa cible et ses clients, elle participe à l'évolution du métier. Grâce à son expérience, le responsable du développement commercial peut orienter sa carrière vers le métier de directeur commercial, directeur de filiale ou directeur général.

Le manager du développement commercial mène ses actions en s'appuyant sur son savoir-faire commercial, sa compétence stratégique et son expertise en management. Il garantit l'efficacité de la force de vente et la croissance du chiffre d'affaires. Il est l'atout majeur du développement d'une entreprise, quel que soit le secteur d'activité.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Manager du développement commercial



RESPONSABLE E-COMMERCE

On l'appelle aussi directeur E-commerce ou responsable E-business. Expert en marketing et en digital, il définit la stratégie E-commerciale de l'entreprise ou de la marque pour augmenter les ventes en ligne et la visibilité des offres (produits ou services). Son action impacte le développement du chiffre d'affaires.

Présentation et missions principales du responsable E-commerce

La stratégie E-commerciale est définie en fonction de la stratégie commerciale de l'entreprise. Le responsable E-commerce la conçoit et la décline sur les supports digitaux (applications et sites web). Il s'applique à rendre visibles les produits et les offres sur internet, quel que soit le vecteur. Il travaille avec des experts du digital (développeurs, agences web, designers UX, experts UI, programmeurs, rédacteurs SEO, référenceurs, community managers...). Avec l'aide des professionnels du numérique, il optimise le positionnement de son site sur Google et sur les autres moteurs de recherche. Il travaille l'expérience « client » à travers un parcours digital performant. Il veille au respect de l'image de marque sur internet. Il met en place des actions pour générer des ventes (e-mailing, campagnes display, campagnes Google Ads...). Le responsable E-business participe aussi à la création d'outils digitaux (mise en place d'un chatbot, showroom virtuel, conception d'une vidéo ou d'un motion design...).

Le responsable du E-commerce analyse l'audience, le taux de rebond, le nombre de sessions et de visiteurs uniques, les appareils de connexion, le trafic, les taux de conversion, le coût par clic (CPC), le coût par action (CPA), et les KPI en général (tous les indicateurs liés à la performance du site marchand). Il gère son budget et les relations avec les équipes et les prestataires. Il est constamment en veille sur son marché. Il étudie continuellement la cible, la concurrence, les évolutions technologiques et les tendances

Compétences et qualités du responsable E-commerce

- Culture digitale et E-commerce
- Compétences d'analyse et de synthèse
- Connaissances en marketing stratégique
- Esprit synthétique
- Culture économique et commerciale
- Sens de la négociation
- Excellent relationnel
- Organisation et rigueur
- Gestion et pilotage de projets
- Management d'équipes techniques et gestion des relations avec les prestataires
- Intérêt pour l'innovation commerciale et technologique
- Créativité
- Autonomie

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier de responsable E-commerce

La variété des sites E-commerce est importante : sites web nationaux ou internationaux, sites multi-produits, sites de revendeurs ou de fabricants, sites de produits ou de services... Les offres d'emploi sont nombreuses pour la fonction tant la vente en ligne est devenue une source de croissance ces 15 dernières années.

Le parcours client s'est imposé comme une science importante du secteur digital qui évolue grandement. Les règles de référencement se perfectionnent. La Data et l'IA ont aussi bouleversé le paysage numérique de l'E-shop. Pour toutes ces raisons, le métier de responsable E-commerce voit ses lignes bouger très souvent.

Après une expérience en tant que responsable E-commerce, le poste peut évoluer vers une fonction de directeur E-commerce, consultant en E-commerce ou encore directeur du digital.

Métier pluriel, le responsable E-commerce assemble ses compétences digitales, commerciales, marketing et managériales pour créer et développer les ventes en ligne et participer à la notoriété numérique de sa marque. Il est le pilier de la stratégie de commercialisation sur le web.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-responsable-e-commerce/>

Finance, comptabilité, contrôle

1. Analyste financier
2. Auditeur
3. Contrôleur gestion
4. Gestionnaire patrimoine
5. Responsable administratif financier
6. Trader

ANALYSTE FINANCIER

Embauché par une banque ou un établissement bancaire, il travaille au service des clients pour leur permettre d'effectuer les meilleurs placements financiers. Il occupe un rôle de conseiller auprès des entreprises. Les salles des marchés constituent son environnement. Il étudie les fluctuations de la bourse pour optimiser les placements de ses clients.

Présentation et missions principales de l'analyste financier

Généralement spécialisé dans un secteur d'activité, l'analyste financier suit les données de la bourse. Il entretient d'étroites relations avec les DAF ou les directeurs généraux des entreprises qu'il suit. Il lit la presse économique et analyse des données financières des secteurs concernés. Il étudie la situation financière de l'entreprise et celle des marchés pour élaborer des recommandations et ainsi optimiser les achats et les ventes. Certains analystes financiers sont spécialisés dans le rachat d'entreprises.

L'analyse financière de l'entreprise est complète et détaillée : veille sur le marché, bilans, difficultés, risques, contraintes, besoins, pertes, modes de production, biais d'approvisionnement. Tous les critères sont pris en compte pour fournir un état des lieux économique précis et des préconisations adaptées. Sa vocation est d'aider les dirigeants à engager les meilleurs placements (volumes, performances...) pour accroître la performance financière de l'entreprise.

Son travail est constant et mouvant parce que la situation des marchés évolue en fonction des changements socio-économiques et géopolitiques.

Compétences et qualités du métier d'analyste financier

Expert de la bourse et de la finance, il est doté d'un esprit stratégique puissant. Il sait lire des données chiffrées et les interpréter avec brio. Il a aussi de solides compétences en droit, en marketing et en économie. Son grand sens de l'analyse est son atout majeur. L'analyste financier a la capacité de prendre en compte de nombreux paramètres et des informations variées pour les synthétiser et en tirer des conclusions fructueuses. Son travail est à la fois très vaste et extrêmement précis. Son sens de la communication lui permet de s'adapter à différents interlocuteurs : vendeurs des salles de marché, supérieurs hiérarchiques de son entreprise, clients... Son savoir et sa force de conviction lui permettent de faire adhérer ses interlocuteurs

à ses préconisations. Au fait de l'actualité des secteurs d'activité dans lesquels il évolue, il étudie sans cesse les évolutions socio-économiques et tous les facteurs qui les impactent (comme la situation géopolitique ou environnementale par exemple).

Il fait preuve de recul et garde son calme dans les situations critiques. Son environnement est mouvant et intense : il fluctue en fonction des marchés. Ce contexte impose une grande maîtrise technique mais aussi de grandes qualités de concentration, de prise de hauteur et de rebond. L'analyste financier fait preuve de curiosité intellectuelle pour récolter toutes les informations qui lui seront nécessaires. Il maîtrise l'anglais parfaitement.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'analyste financier

Il peut capitaliser sur son expérience pour intégrer des structures financières et bancaires plus importantes (et internationales) et gérer des clients de plus grande envergure. Sa carrière peut évoluer vers le poste d'inspecteur des finances publiques à condition de réussir le concours. L'analyste financier peut également décider de créer son cabinet de conseil.

Fonction spécialisée et sensible, le poste d'analyste financier est dédié aux transactions financières des entreprises clientes sur les places de marché. La variété des indicateurs et la pluralité des données imposent une grande clairvoyance. Ses missions bien menées garantiront aux entreprises un développement financier stratégique et pérenne.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information et Génie Financier"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-analyste-financier/>



TRADER

On le nomme aussi opérateur financier ou market maker, le trader est le négociateur expert des places de marché. En fonction des fluctuations de la bourse internationale, il gère la vente et l'achat d'actions, de devises, d'obligations ou d'options. Il étudie et anticipe les risques, dénêche les opportunités financières. Dans son viseur : la prospérité financière de ses clients.

Présentation et missions principales du trader

Il travaille pour le compte d'un établissement bancaire ou financier ou pour une société de bourse. Aujourd'hui, certains traders travaillent à leur compte grâce à l'émergence du « Day trading ». L'opérateur financier réalise des transactions commerciales sur les marchés boursiers. Il surveille quotidiennement et en temps réel les oscillations de la bourse et prend des décisions d'achat ou de vente en fonction. Il négocie les montants des actions à vendre ou à acheter. Il suit l'activité économique mondiale. Il défend les intérêts de ses clients. Le trader doit évaluer les risques et les opportunités en un temps record. Il étudie de nombreuses données chiffrées et prend en compte des paramètres multiples (situation géopolitique, événements économiques, mutations du secteur d'activité, comportement de la concurrence...). Sa vocation est de faire fructifier les investissements de ses entreprises clientes.

Compétences et qualités du métier de trader

Expert de la finance et de l'économie, le trader compte aussi sur des capacités importantes en mathématiques, en statistiques et en informatique. Il étudie des données très compliquées. Il est capable de synthétiser un nombre considérable d'informations très rapidement et d'agir en fonction.

C'est un métier à haut risque qui demande une grande résistance au stress. L'intensité est forte et les horaires sont variables, il faut donc pouvoir assurer une concentration maximale quel que soit le moment de la journée ou de la nuit !

Intuitif, le trader est en mesure d'anticiper les mouvements boursiers. Vif et audacieux, il réagit rapidement avec exactitude. Ceci étant, dans les marchés boursiers, l'exactitude n'est plus la même

d'une minute à l'autre, il faut donc être doté d'une grande capacité de rebond et toujours rester en veille. L'audace est évidemment nécessaire au métier, mais la vigilance l'est aussi. Le trader travaille en ayant toujours conscience des risques. C'est un métier intense et bouillonnant.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de trader

Le trader peut être spécialisé dans la gestion d'actions, de devises, de matières (premières ou énergétiques)... Les secteurs sont variés.

Pour plus de sérénité, il peut aussi basculer vers le back office pour contrôler l'exécution des ventes (d'un point de vue commercial, comptable et juridique).

Sa grande expérience en finance peut le conduire à intégrer un poste d'analyste financier en cabinet ou une fonction de DAF en entreprise.

L'émergence des établissements boursiers en ligne a augmenté le recrutement des opérateurs financiers. Le métier a encore de beaux jours devant lui sur le marché de l'emploi.

Son flair et sa capacité à jauger les évolutions boursières lui permettent de prendre des décisions qui feront fructifier les investissements financiers de ses clients. Entre audace et prudence, analyse et action, synthèse et calculs sophistiqués, il œuvre chaque jour pour optimiser la place des entreprises sur les marchés financiers.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information et Génie Financier"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-trader/>

AUDITEUR DANS UN CABINET D'AUDIT

L'auditeur externe intervient dans les entreprises pour analyser la gestion financière et comptable, le management et l'organisation de l'entreprise. Il peut être appelé pour l'un de ces sujets ou pour tous. Il apporte son regard extérieur à l'entreprise pour lui proposer des recommandations solides et pertinentes dans le but d'améliorer sa performance.



Présentation et missions principales de l'auditeur

On le nomme aussi consultant. Il travaille pour un cabinet d'audit mandaté par l'entreprise cliente. Il démarre sa mission par un examen attentif des documents, des procédures et des habitudes de travail. Il étudie l'activité de l'entreprise en profondeur et son contexte. Il s'informe à propos de l'organigramme, les canaux d'information, les systèmes de décision, la collaboration entre les services, les méthodes de production (services ou produits), les stocks, la trésorerie, les capitaux, les finances, la comptabilité, les relations avec les fournisseurs, la conformité juridique... L'auditeur interroge la direction et les collaborateurs pour comprendre les différents modes de fonctionnements, les besoins, les objectifs et les contraintes. Il évalue la santé financière de l'entreprise et découvre les points de blocage. Il peut auditer un service seulement ou toute l'entreprise. Il mène sa mission en fonction d'un calendrier précis établi au départ. Il passe tout au crible pour collecter les éléments indispensables à sa réflexion. Cet état des lieux a pour but de répertorier ce qui fonctionne et ce qui doit être changé ou amélioré. L'auditeur élabore ensuite son diagnostic et une synthèse contenant ses préconisations (conseils, plans d'action...).

Compétences et qualités du métier de consultant


L'auditeur externe est rigoureux et appliqué. Il a de grandes capacités de synthèse et d'analyse. Il sait explorer toutes les pistes nécessaires à son travail d'étude. Vif, il comprend rapidement les tenants et les aboutissants d'une société et de son activité. Le consultant est un expert financier, il sait lire les écritures comptables et tous les documents de gestion. Il possède aussi de grandes connaissances en droit et en organisation d'entreprise. Son aisance relationnelle et son écoute lui permettent d'interroger des personnes différentes : collaborateurs, managers, direction. Son autorité naturelle l'aide à convaincre ses interlocuteurs et les faire adhérer à ses recommandations. Il fait aussi preuve de tact pour ne pas froisser les dirigeants d'entreprise sceptiques ou frileux. C'est un métier sensible et pourtant très impactant. Polyvalent, il peut passer d'un sujet à un autre, d'un service à un autre, d'une entreprise à une autre. Sa flexibilité est primordiale pour s'adapter à des contextes variés et/ou des missions urgentes. Le consultant peut être amené à travailler à l'international, il doit donc maîtriser l'anglais.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de consultant

L'automatisation des tâches et la digitalisation des systèmes apportent de la valeur ajoutée et de la précision à la fonction. L'auditeur peut se concentrer sur son cœur de métier : l'analyse et bénéficier de données pointues grâce aux nouvelles technologies.

Le métier de consultant s'articule en deux niveaux selon l'expérience : junior et sénior. Le consultant peut donc évoluer ou prendre la direction d'un cabinet d'audit, ou encore créer le sien. Les postes de directeur général ou de directeur financier sont tout à fait envisageables par la suite.

Le métier d'auditeur convoque de nombreuses compétences et qualités. Il s'appuie sur son savoir mais aussi sur son intuition qui l'aide à explorer les pistes fructueuses. Ses recommandations n'ont qu'un seul objectif : déployer le potentiel et augmenter la performance de l'entreprise. Un regard neuf et un rôle clé !



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Manager du développement commercial



CONTRÔLEUR DE GESTION

On l'appelle aussi responsable de gestion. Il prévoit et contrôle le budget de l'entreprise. Il est chargé de veiller à la rentabilité financière et à l'optimisation des coûts. Son travail participe à la prise de décisions stratégiques pour le pilotage général de l'organisation.

Présentation et missions principales du contrôleur de gestion

Il est chargé du budget prévisionnel. Il en définit les objectifs en s'appuyant sur les données des différents services (marketing, commercial, communication, RH...). Il prend en compte les moyens financiers, humains, matériels, technologiques... Il élabore et met en place des outils de gestion, de suivi, de procédure et de vérification. Le contrôleur de gestion réalise des états des lieux réguliers, il surveille les écarts entre les prévisions et les résultats effectifs.

Certains de ces experts sont spécialisés : les contrôleurs de gestion industrielle par exemple, ils se chargent de la partie production (coûts, dépenses, profits, stocks, ventes, marges, transport...).

Le responsable de la gestion fait part de ses résultats et de ses recommandations à la direction générale et/ou au DAF (directeur des affaires financières). Il peut diriger une équipe d'assistants en gestion.

Dans les grands groupes, il peut être amené à se déplacer dans les filiales.



Compétences et qualités du métier de contrôleur de gestion

Expert de la comptabilité et de la finance, il maîtrise aussi les outils informatiques liés à son activité (logiciels, ERP, excel...). Ce passionné de chiffres est rigoureux, méticuleux et précis. Il sait analyser les chiffres et les interpréter. Doté d'une acuité redoutable, il est capable d'anticiper. Vigilant, il vérifie scrupuleusement l'état des finances de l'entreprise. Il connaît bien le secteur d'activité, le contexte économique et les enjeux. Il maîtrise l'anglais. L'organisation est une qualité indispensable à la fonction.

Il est en mesure de s'adapter à différents interlocuteurs, ce qui est une qualité nécessaire lorsque l'on travaille de manière transversale avec différents services. Il doit faire preuve de tact et de

fermeté lorsque la situation l'exige. Sa capacité à synthétiser les informations est optimale pour avoir une vision d'ensemble. Il jongle entre des données complexes et des informations variées.

En cas de delta entre les prévisions et les résultats réels, il élabore des solutions pour rectifier la situation.

Il est fiable car il manipule des informations importantes et confidentielles qui ne doivent subir aucune fuite. Résistant, il est capable d'assumer des pics d'activité notamment lors de la période de bilan. Il connaît les délais liés à son activité et les impératifs juridiques. Il s'adapte aux évolutions légales et technologiques

Tendances et facteurs d'évolution du métier de contrôleur de gestion

Au fur et à mesure de son parcours, le contrôleur de gestion passe d'un niveau junior à un niveau sénior. L'envergure du poste dépend de la taille de l'organisation. Selon l'entreprise, il est également possible d'accéder à une fonction internationale. Le métier évolue au gré des mutations économiques et sociétales. Les politiques de développement durable ont un impact sur le métier. Le contrôleur de gestion utilise aussi des indicateurs extra-financiers.

Après quelques années d'expérience, il peut prétendre au poste de directeur de gestion ou de directeur financier. Il peut aussi travailler dans un cabinet d'audit ou créer le sien.

C'est un métier qui est toujours très bien placé sur le marché du recrutement.

Les contrôleurs de gestion sont fortement représentés dans l'industrie mais tous les domaines d'activité en ont besoin, notamment le secteur public. Son poste est nécessaire au pilotage stratégique d'une entreprise. Il est le garant de la stabilité financière d'une organisation.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Contrôleur de gestion



GESTIONNAIRE DE PATRIMOINE

Il gère le portefeuille de ses clients, qu'ils soient particuliers ou professionnels. Le gestionnaire de patrimoine propose des investissements, des protections juridiques et sociales adaptés au contexte et aux objectifs de sa clientèle pour lui construire un avenir financier solide et le protéger des aléas socio-économiques

Présentation et missions principales du gestionnaire de patrimoine

On le nomme aussi conseiller en patrimoine. Il travaille pour le compte d'un établissement patrimonial, bancaire ou pour une compagnie d'assurance. Il peut aussi œuvrer en tant qu'indépendant multimarques.

Sa vocation est d'optimiser l'imposition tout en développant le patrimoine de la clientèle.

Le gestionnaire de patrimoine propose des solutions variées :

- Assurances vie
- Assurances prévoyance
- Complémentaires retraite
- Placements
- Investissements immobiliers pour la défiscalisation...

Le point de départ de son travail est l'étude de la situation de son client : le contexte financier, les objectifs, les contraintes, les risques, les opportunités, les enjeux...

En fonction de l'analyse des données récoltées, le gestionnaire de patrimoine est en mesure de proposer des investissements et des solutions de couverture adaptés. Il détermine une stratégie de placements pour protéger, sécuriser et accroître le patrimoine de la clientèle.

Il se charge de mettre en place des actions financières et de les suivre. Il doit rendre des comptes à ses clients sur l'évolution des placements en cours.

Le gestionnaire de patrimoine doit prendre en compte les changements de situation de ses clients et y répondre avec justesse. Il est toujours à l'affût des meilleures opérations pour faire fructifier le patrimoine de sa clientèle.

Compétences et qualités du métier de gestionnaire de patrimoine

Spécialiste de l'investissement et de la protection financière sur-mesure, le gestionnaire de patrimoine a de grandes capacités en ingénierie patrimoniale, en économie, en finance, en fiscalité et en droit.

Il est aussi un excellent commercial. C'est nécessaire car il lui faut régulièrement conquérir de nouveaux clients et argumenter pour convaincre. Sa capacité d'écoute est importante et sa capacité à transformer les informations récoltées en solutions efficaces est un gage de succès.

Sociable et passe partout, il sait s'adapter à des interlocuteurs différents. Il est capable d'expliquer des opérations complexes avec simplicité et pédagogie. Il cerne très vite les attentes de ses clients. Il passe beaucoup de temps à les interroger pour bien les comprendre (types de placements, options, objectifs...)

Il aime évidemment les chiffres et trouver des pistes d'optimisation financière. Il joue un rôle de conseiller et de gestionnaire tout à la fois. Sa fiabilité est une condition essentielle à la conclusion de ses affaires. Scrupuleux, il ne laisse aucune donnée au hasard. La rigueur est incontournable pour le métier. L'autonomie aussi, puisque le gestionnaire de patrimoine gère son planning et le développement de son activité. Il surveille de près les évolutions juridiques et fiscales pour informer ses clients des changements et revoir sa stratégie patrimoniale.



Tendances et facteurs d'évolution du métier de gestionnaire de patrimoine

L'élargissement de son portefeuille client dépend de l'intensité et du succès de ses actions. Il pourra prendre la responsabilité des grands comptes s'il a fait ses preuves. Créer sa propre société de gestion patrimoniale est envisageable, ou encore piloter une équipe de « GesPat » au sein d'une structure.

Garantir la protection et l'optimisation d'un patrimoine est une mission qui a du sens. Le secteur évolue beaucoup et la concurrence fait monter d'un cran le besoin de performance dans le métier. Le gestionnaire de patrimoine mobilise de nombreuses compétences et qualités, il intervient sur des sujets multiples (transmission, immobilier, protection...). Il construit pour ses clients un avenir financier robuste, générateur de gains.




ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Gestionnaire de patrimoine




RESPONSABLE ADMINISTRATIF ET FINANCIER



On l'appelle aussi directeur administratif et financier (DAF). Il supervise les services et élabore la stratégie administrative et financière de l'entreprise. Il participe au comité de direction. Son travail influence directement sur la bonne organisation de la structure et sur sa stabilité économique.

Présentation et missions principales du DAF

Il est responsable des activités administratives et financières de l'entreprise. Il met en place une politique financière pour l'entreprise. Il pilote et coordonne les différents services (gestion, comptabilité, secrétariat, administration...). Il fait en sorte que l'information circule correctement, que les collaborateurs respectent les délais, que les outils soient efficaces... Il est à l'écoute des besoins des équipes. Il prend en compte les difficultés, les risques et cherche des solutions pour résoudre toutes les problématiques. Il pilote les collaborateurs et les managers des services dont il est responsable, et tient un rôle de conseiller auprès de la direction. Il planifie les tâches et organise les interactions. Il recrute les collaborateurs et réorganise les services si cela est nécessaire. Il vérifie les résultats financiers quotidiennement, à l'aide de tableaux de bord contenant divers indicateurs. Il travaille dans un objectif d'amélioration continue de la performance administrative et financière de l'entreprise. Il gère les partenariats avec les banques, les assurances, les prestataires



extérieurs (commissaire aux comptes, fournisseurs...). Il veille au respect du cadre juridique. Il prépare les conseils d'administration et rédige des procès verbaux. Il pilote la gestion financière et administrative continue et travaille sur les projets futurs pour en évaluer la rentabilité.

Compétences et qualités du métier de responsable administratif et financier

Ses facultés financières et administratives sont ses piliers. Il possède aussi de grandes connaissances juridiques. Leader engagé, le DAF indique la direction aux managers opérationnels. Polyvalent, il sait actionner les bons leviers pour garantir l'efficacité économique de la structure. Il intervient sur de nombreux sujets et sait synthétiser les informations pour optimiser ses actions. Son sens de l'analyse est excellent. Il entretient de bonnes relations avec les équipes et la direction. Ses grandes compétences et son autorité naturelle lui permettent de susciter l'adhésion. Il a de bonnes capacités d'écoute et de rebond. Organisé et prévoyant, il anticipe et va toujours à l'essentiel. Il porte une responsabilité importante et son sang-froid ne lui fait jamais défaut. Sa prise de recul lui permet de répondre avec pertinence à toutes les problématiques. Il a une vision à la fois pointue et globale de l'entreprise, de l'activité et de son contexte. Il se tient à jour des évolutions liées à son métier (sur le plan juridique, financier mais aussi technologique).

Tendances et facteurs d'évolution du métier de responsable administratif et financier

Fonction clé de l'entreprise, le responsable administratif et financier est nécessaire au pilotage de l'entreprise. Le métier est recherché dans tous les secteurs d'activité. Il évolue au fur et à mesure des années d'expérience et peut prendre une dimension internationale par la suite.

Le DAF peut ensuite prétendre à une fonction de directeur général ou bien travailler en tant qu'auditeur expert pour des entreprises de renommée internationale. Il peut aussi envisager de créer son propre cabinet d'audit.

La fonction de directeur administratif et financier est nécessaire au développement d'une entreprise ou d'un groupe. Le RAF (ou DAF) assure la maîtrise et la performance des affaires financières et administratives, pour maintenir une croissance rapide, se prémunir des risques et optimiser la rentabilité.



ISGA
Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Responsable administratif et financier



ISGA

Marketing

1. Responsable du marketing digital
2. Market research analyst
3. Marketing Manager
4. Community manager
5. Chef(fe) de produit marketing
6. Category Manager

MARKET RESEARCH ANALYST



L'analyste de marché est appelé aussi market research analyst. Il collecte et interprète toutes les données du secteur pour lequel il travaille. Son rôle est capital. Il apporte les éléments clés qui permettent d'optimiser la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise ou de la marque.

Présentation et missions principales du market research analyst

Le market research analyst travaille en entreprise, en industrie ou dans un cabinet de conseil (consultant en analyse de marché). Le responsable marketing est son supérieur hiérarchique. Avant la conception et/ou le lancement d'un produit, d'une gamme ou d'un service, l'analyste marketing effectue une recherche approfondie du marché : enquêtes, études, analyse de la concurrence, tests produits, création de personas, collecte d'échantillons, veille sur les tendances, comportement des consommateurs et des clients, visites de magasins, exploration des réseaux sociaux, des prix, du volume d'achat, des données démographiques, des canaux de distribution... Il explore son marché de fond en comble pour le connaître parfaitement. Son questionnement concerne la place de son produit ou de son service sur son segment et sa rentabilité. Il étudie l'intérêt de sa cible et la façon de promouvoir son offre.

L'analyste marketing peut être amené à piloter des chargés d'études. Il peut aussi travailler avec un prestataire externe qui propose la réalisation d'études marketing. Les données massives et leur exploitation ont donné du relief au métier. L'analyste de marché peut compter sur des experts de la Data : Data scientist ou consultants en Big Data.

Pour résumer, l'analyste de marché vérifie la compatibilité d'une offre avec le contexte. Ses investigations et ses résultats participent à limiter les risques financiers d'une entreprise. Son action permet de valider ce que l'on appelle dans le jargon professionnel le « Go » ou le « No go ».

Compétences et qualités de l'analyste marketing

Bon statisticien, le market research analyst aime les chiffres et sait les interpréter. Son travail impose un questionnement permanent et la résolution de problèmes variés. Il manie très bien l'informatique et les outils technologiques liés à son activité. Organisé et rigoureux, il effectue un travail de précision. Il peut gérer différents pro-

jets simultanément. Curieux, il explore toutes les directions qui peuvent lui apporter des données importantes. Perspicace, il identifie les opportunités et les menaces. Son excellent relationnel lui permet de travailler avec différents interlocuteurs. Sa force de conviction l'aide à argumenter et à donner son avis sur un projet de lancement. Il aime l'innovation et la nouveauté. Souple, il sait inventer de nouvelles stratégies et proposer des méthodes différentes pour conquérir un segment de marché ou une cible.

Tendances et facteurs d'évolution du métier d'analyste marketing

Le E-commerce et la concurrence mondiale ont densifié les marchés et favorisé le besoin d'analystes. Le Big Data apporte au métier une précision d'orfèvre. Le métier évolue constamment grâce aux innovations et aux découvertes technologiques.

Après quelques années d'expérience, la carrière de l'analyste de marché peut s'orienter vers un poste de responsable de marché, directeur des études ou responsable marketing. La direction d'un cabinet d'études est également envisageable. Pour occuper un poste plus opérationnel, il peut prétendre au poste de responsable de la promotion des ventes

Les résultats et les conclusions de l'analyste de marché sont cruciaux pour une entreprise, une industrie ou une marque. Elles permettent d'évaluer la faisabilité d'un projet commercial. Son expertise donne des orientations essentielles à la direction du marketing.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-market-research-analyst/>

RESPONSABLE DU MARKETING DIGITAL



On le nomme aussi responsable de la stratégie web ou encore online marketing manager.

Il conçoit et développe les projets numériques en harmonie avec la stratégie marketing de l'entreprise. Il est responsable de l'image de la marque et de sa rentabilité sur le web.



Présentation et missions principales du responsable en marketing digital

Le webmarketing est son fer de lance, domaine qui évolue constamment. Il exploite tous les outils digitaux, les coordonne et les optimise pour développer la croissance et la notoriété d'une entreprise ou d'une marque. Pour cela, il élabore une stratégie de développement web. Son but est de conquérir de nouveaux clients, adhérents ou consommateurs et de les fidéliser via les supports numériques.

Le responsable du marketing digital peut travailler en agence ou être intégré à une entreprise. Dans ce dernier cas, il travaille sous la responsabilité du responsable marketing. Il pilote une équipe d'experts digitaux internes et/ou de prestataires extérieurs (développeurs, UX & UI designers, chefs de produits, chefs de projets, rédacteurs, data scientist, business data analysts ...). Il doit rendre visibles les supports web comme le site internet et les publicités pour toucher ses cibles et étendre son marché.

Il coordonne les équipes et organise le déploiement des projets. Il analyse les résultats de ses actions, vérifie les délais et contrôle le budget dont il dispose.

Le SEA, le référencement naturel, les réseaux sociaux, Google ads, Google analytics, le display, le e-commerce, les données massives... font partie de son quotidien. Il étudie les différents indicateurs de réussite, analyse la e-réputation de la marque et réajuste sa stratégie en fonction des résultats obtenus.

Il suit les opérations, manage les équipes, propose des lancements et des opérations, met en place des partenariats. Il reste en veille active sur son secteur d'activité, son marché, sa cible, les tendances et les évolutions technologiques.

Compétences et qualités du métier de responsable marketing digital

Marketeur stratégique spécialisé, le responsable du marketing digital connaît par cœur l'univers numérique : ses technologies, sa légalité, ses métiers, ses innovations, ses tendances...

Il sait donner le tempo aux équipes d'experts pour garder de l'avance sur la concurrence et garantir de l'innovation à la marque. Il a un excellent esprit d'analyse et de synthèse. Organisé et méthodique, ses actions sont planifiées et conduites en cadence. Il vérifie, teste, réajuste en permanence.

La remise en question est essentielle pour honorer la fonction. Enthousiaste et fédérateur, il rallie les équipes à ses projets. C'est un excellent coordinateur. Il n'a évidemment pas peur d'innover, au contraire il aime pousser les portes du futur. Sa vision est précise et juste. Sa curiosité intellectuelle, sans limite. Créatif et réactif, il prend les bonnes directions et trouve de nouvelles pistes à explorer. Fidèle à l'esprit de la marque, il garantit un déploiement digital en accord avec la stratégie marketing générale. Bon communicant, son expression orale et écrite est soignée. Métronome du ROI, il analyse régulièrement les actions digitales et rectifie le tir si besoin.

Tendances et facteurs d'évolution de responsable en marketing digital

La data science donne de l'ampleur à la découverte des comportements digitaux. Elle apporte une connaissance du marché et de la cible bien plus fine. Son exploration et son interprétation sont des opportunités de taille pour faire évoluer les stratégies web des entreprises et donc le métier.

Le digital prend une envergure colossale et ses limites sont repoussées sans cesse. La fonction de responsable du marketing digital est très demandée sur le marché de l'emploi. Le métier évolue et présente de nouveaux défis sans cesse renouvelés.

Après quelques années d'expérience, le responsable du marketing digital peut occuper le poste de responsable marketing, ou bien devenir consultant. Il peut aussi créer son propre cabinet de conseil.

Homme de chiffres, féru d'innovation et fin stratège, le responsable en marketing digital déploie la visibilité et la rentabilité de la marque sur le web.

ISGA

Institut supérieur
d'ingénierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Responsable du marketing digital



COMMUNITY MANAGER

L'animateur des communautés web, appelé plus souvent community manager, gère les réseaux sociaux d'une entreprise, d'une association, d'une marque ou d'une personnalité. Il peut travailler pour une agence ou directement chez l'annonceur. Il développe la e-réputation via les communautés digitales. Il participe à augmenter la notoriété de la marque et à améliorer son image.



Présentation et missions du community manager

L'animateur de communautés web travaille sur les réseaux sociaux au quotidien, pour le BtoB ou le BtoC. Il commence par créer les pages sur Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, Tic Toc... Il ajoute les images, les vidéos et les textes de présentation. Il diffuse des informations et des actualités liées à sa marque ou à son univers, il fédère les internautes autour de sujets clés. Il anime la communauté en proposant des quizz, des jeux concours, en posant des questions qui peuvent susciter l'intérêt des clients/prospects/consommateurs. Il répond aux remarques des internautes et rebondit sur les publications.

Avant toute diffusion, le community manager étudie sa cible : ses thèmes de prédilection, l'information qu'elle cherche, ses modes d'expression, ce qui la fait réagir... Il décline ses communications en fonction de ces critères. Il crée un planning éditorial. Ambassadeur de la marque, il doit aussi veiller à respecter sa charte éditoriale (verbatim, sujets clés, ton, valeurs...) pour créer une homogénéité dans les contenus et garantir une cohérence rédactionnelle. L'animateur des

communautés digitales étudie les statistiques des réseaux via des tableaux de bord : le nombre d'abonnés, d'interactions, de partages... et suit l'évolution. En contact direct avec la cible, il fait remonter les remarques positives et négatives, et donne des informations au service marketing au sujet du marché.

Compétences et qualités du community manager

Le community manager connaît parfaitement les réseaux sociaux. Il maîtrise les outils de gestion de ces médias, ainsi que les outils de veille de contenu et de mesure de l'e-réputation. Son orthographe est irréprochable. Sa capacité de rebond sans faille, lui permet de réagir vite et bien sur une actualité, une remarque, un évènement. Curieux et créatif, il doit savoir valoriser la marque, la cible et toutes les parties prenantes et créer des passerelles entre ses communications pour inclure toute la communauté. Bon communicant, il aime aussi faire de la veille et dénicher des informations précieuses. A l'aise avec le digital, il a un goût prononcé pour les nouvelles technologies et l'innovation numérique. Une culture large est un atout majeur. La rigueur est impérative pour tenir les plannings.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de community manager

Les fonctionnalités des réseaux sociaux ne cessent d'évoluer. Les tendances changent à une allure fulgurante. Le webmarketing prend de plus en plus de place en matière de notoriété et d'image. En cela, le métier de community manager est devenu incontournable et évolue sans cesse. L'intelligence artificielle constitue une aide précieuse pour le community manager. Par exemple, le machine learning permet l'identification de contenus intéressants. L'ajout de ces briques technologiques promet des avancées importantes pour le métier.

Après quelques années de pratique, le community manager pourra accéder à d'autres fonctions :


- Content manager
- Social media architect
- Social media manager
- Social business developer
- Responsable communication
- Responsable projet web
- Responsable du digital
- Consultant en communication digitale

En quelques années, le community manager est devenu un des piliers de la stratégie web des entreprises. Il est un des acteurs majeurs de la promotion d'une marque. La gestion optimale des réseaux sociaux, l'utilisation des nouvelles technologies, le respect de l'éthique et de la transparence constituent le trio gagnant de la mission du community manager.



ISGA
Institut supérieur
génierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Community manager



MARKETING MANAGER

Le marketing manager ou responsable marketing fonde la stratégie marketing d'une entreprise ou d'une marque. Entre compétences analytiques, vision stratégique et veille sur les tendances de marché, il innove pour proposer de nouveaux produits et services. Dans l'organigramme, il se situe entre les chefs de produits et la direction de l'entreprise. Son rôle est fondamental pour la croissance et le développement d'une marque.

Présentation et missions principales du responsable marketing

A l'écoute des évolutions des produits et des services, le marketing manager analyse les études de marché de son domaine d'activité. Il élabore aussi des analyses prédictives avant de proposer un lancement. Ainsi, il évalue les possibilités de son secteur d'activité avant de mettre en place un plan d'action.

Il dessine les lignes de sa stratégie qu'il présente à sa direction. Si elle est acceptée, il déclinera son plan marketing auprès des chefs de produits, en leur fixant des objectifs commerciaux et un planning précis. Il tient les cordons de la bourse et gère le budget avec précision.

Il collabore aussi avec la RSE pour la conception des produits, les tests, les fiches descriptives techniques.

Il peut travailler pour de nombreux secteurs (agroalimentaire, technologies de l'information, pharmacologie, cosmétique, automobile...).

Après le lancement, il suit l'évolution de son produit ou de son service sur le marché et rectifie sa stratégie si cela est nécessaire.

Le marketing manager peut être spécialisé dans le digital. Dans ce cas, il pilote la stratégie numérique de l'entreprise ou de la marque pour renforcer son positionnement sur le web et développer les ventes (via le e-commerce). Il manage une équipe d'experts en data, IA, développement, programmation, réseaux sociaux, référenceurs, rédacteurs SEO...

Compétences et qualités du marketing manager

En plus de sa grande culture en marketing et en comportement du consommateur, il a des compétences financières et juridiques. Il maîtrise les outils informatiques et se passionne pour l'innovation. L'anglais est souvent requis pour cette fonction. Sa capacité d'analyse est un pilier. Créatif et ouvert d'esprit, le responsable marketing est toujours à l'affût de nouvelles opportunités. A l'écoute de ses équipes et des tendances, il sait faire les bons choix. Sa capacité à encadrer, animer et encourager une équipe n'est plus à prouver. Visionnaire, il sait anticiper et compte toujours sur une longueur d'avance. Méthodique et rigoureux, son organisation est optimale.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de responsable marketing

Les contours du marketing changent au rythme des changements sociétaux et technologiques.

Le foisonnement des innovations impose un renouvellement constant de la fonction.

Les nouvelles technologies (Data et IA) révolutionnent la science du marché : automatisation des tâches, analyses des données et analyses prédictives, chatbot...

Les réseaux sociaux ont pris une place essentielle dans l'univers du marketing, et sont devenus au fil du temps un véritable levier de performance.

Après quelques années d'expérience, le marketing manager pourra évoluer vers un poste de directeur du développement ou de directeur général.

Entre analyse, créativité, stratégie et mise en œuvre, le responsable marketing traduit les besoins d'un marché en actions concrètes. Il sait aussi faire naître les nouvelles tendances et proposer aux consommateurs des produits ou des services qu'il n'a pas imaginés. L'innovation et l'avant-gardisme sont ses lignes directrices. C'est un métier passionnant qui s'appuie sur un solide pragmatisme et un grand pouvoir d'imagination.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-marketing-manager/>

CHEF(FE) DE PRODUIT MARKETING

On l'appelle aussi **product manager**, ou encore **responsable produit**. Métier emblématique du marketing, le chef de produit accompagne toutes les étapes d'un service, d'un produit ou d'une gamme, depuis sa conception et pendant toute sa commercialisation. Il veille à ce que la marque propose des solutions adaptées aux besoins des consommateurs. Le chef de produit peut travailler dans différents secteurs d'activité (agroalimentaire, textile, médical...). C'est une fonction stratégique qui ne laisse rien au hasard.



Présentation et missions principales du chef de produit

Après avoir étudié le marché, la concurrence, les tendances, et établi un prévisionnel des ventes, le chef de produit gère le lancement d'un produit/service et suit l'évolution de sa commercialisation. Il élabore la stratégie de conception et le plan marketing, selon un budget prédéfini. Il s'appuie sur la règle marketing des « 4P » (produit, prix, promotion, place). Le chef de produit travaille avec les services de production, de communication et le service commercial. Il conçoit la stratégie de communication (identité graphique, packaging, actions promotionnelles, campagnes publicitaires...) avec les professionnels en interne ou une agence indépendante. Lorsque le produit est lancé, le chef de produit suit l'évolution des ventes. Il peut alors réajuster le plan marketing pour optimiser les résultats. Le responsable marketing est son supérieur hiérarchique.

Compétences et qualités du chef de produit

Profil analytique et créatif, le chef de produit connaît la culture et les techniques du marketing. Il sait faire preuve d'innovation. La lecture des études lui permet d'en retirer des informations précieuses et des prédictions. Alerté et attentif, le chef de produit veille aux évolutions du marché et aux nouveaux modes de consommation. Son aptitude à prendre du recul lui permet d'anticiper. Organisé, il tient l'agenda du cycle de son produit avec rigueur. Autonome, le chef de produit sait s'adapter et coordonner les équipes (collaborateurs ou prestataires).

Même s'il peut s'appuyer sur des juristes, il connaît la législation et le droit commercial. La gestion de projet n'a aucun secret pour lui. Souple et ouvert d'esprit, il sait s'adapter aux imprévus, aux incerti-

tudes et à la complexité d'une situation.

Il manie parfaitement les outils logiciels et connaît bien les ressorts de la communication. La pratique de l'anglais est souvent indispensable. Pragmatique, le chef de produit a l'esprit de synthèse et sait aller à l'essentiel sans jamais perdre de vue ses objectifs.

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier de chef de produit

Les nouveaux outils et techniques de collecte des données permettent aux chefs de produit d'acquérir des informations plus pointues. Les avancées technologiques comme l'IA et la Data sont des leviers précieux pour approfondir la connaissance des consommateurs et des clients. Les perspectives que ces technologies offrent au marketing n'en sont encore qu'à leur balbutiement, ce qui laisse augurer des évolutions importantes pour le métier.

Après quelques années d'expérience, le chef de produit peut prétendre à un poste de responsable, de directeur marketing ou encore de consultant.

Science du marché, le marketing est un domaine mouvant qui se réinvente constamment. Quel que soit son secteur d'activité, le chef de produit travaille au cœur de l'innovation et des tendances du marché.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"



<https://www.isga.ma/fiche-metier-cheffe-de-produit-marketing/>

CATEGORY MANAGER



Appelé aussi « Cat man », le category manager est responsable de l'optimisation des ventes d'une catégorie de produits, qui appartient au même univers. Métier du marketing, le category manager occupe un rôle plutôt vaste. Guidé par la satisfaction du client ou du consommateur, il peut aller jusqu'à l'élargissement ou la redéfinition de l'offre.

Présentation et missions principales du category manager

La profession se situe à un carrefour entre les achats, le commercial, le marketing et les études. Chargé de développer les ventes et la rentabilité d'une ou de plusieurs familles de produits, le category manager occupe un poste à la fois stratégique et opérationnel. Il définit d'abord l'offre et la politique de distribution. Il anticipe les comportements des consommateurs et prévoit les leviers de vente en fonction des désirs d'achat de la clientèle. Ensuite, il sélectionne le ou les produits, étudie l'emplacement de la gamme dans les rayons pour une visibilité optimale : linéaire, décoration, animation... Il coordonne l'implantation et lance des campagnes promotionnelles (parfois des jeux concours). Le category manager suit la vente des produits dont il a la charge et réajuste en fonction des résultats. Sa mission consiste à anticiper les besoins des consommateurs et à analyser leurs comportements. Il fournit des données et des statistiques importantes, fait des recommandations claires et donne des indicateurs précis qui peuvent modifier la stratégie marketing. Ses préconisations sont essentielles à l'augmentation des parts de marché. Sa mission peut aller jusqu'à revoir le packaging du produit. Le category manager peut travailler directement pour une marque ou pour un distributeur.

Compétences et qualités du category manager

Il s'appuie sur une connaissance solide des comportements des consommateurs. Il étudie sa cible et la connaît par cœur. Les enjeux financiers de la marque ou du distributeur sont des points qu'il ne perd jamais de vue. Visionnaire, rigoureux et créatif, il sait singulariser son offre pour se démarquer de la concurrence. Capable d'interpréter les études de marché, il maîtrise parfaitement le merchandising, il est aussi très à l'aise avec les chiffres. Le category manager garde toujours un œil ouvert sur les tendances, sur la concurrence et sur les évolutions du marché. Sociable, il sait s'adapter à différents interlocuteurs (acheteurs, professionnels du marketing, distributeurs, fournisseurs, service logistique, service finance, prestataires...). Son relationnel est excellent, comme sa capacité à négocier et à argumenter. Un bon sens de l'analyse est nécessaire au métier. Il lui faut aussi savoir rebondir. Aimer le défi est un élément incontournable de la fonction. La maîtrise de l'anglais est bien souvent requise. Savoir utiliser les outils logiciels est évidemment primordial.

Tendances et facteurs d'évolution

Le category manager peut évoluer vers un poste de responsable marketing, responsable merchandising, directeur commercial ou directeur de zone... La perspective digitale est également alléchante. En effet, le développement du e-commerce a fait naître la fonction de e-category manager. Le cat man pourra accéder à cette fonction en ajoutant à son profil une formation en marketing digital. Une connaissance de la Data sera évidemment un atout supplémentaire.

Le métier de category manager prend de plus en plus d'importance. En effet, la concurrence et la multiplicité des canaux de distribution poussent à une segmentation accrue, une meilleure personnalisation de l'offre et une connaissance plus pointue de la cible. Le e-commerce est une vraie opportunité pour la fonction.

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière "Système d'Information et Management d'Entreprise", option "Système d'Information Marketing et Commerce"

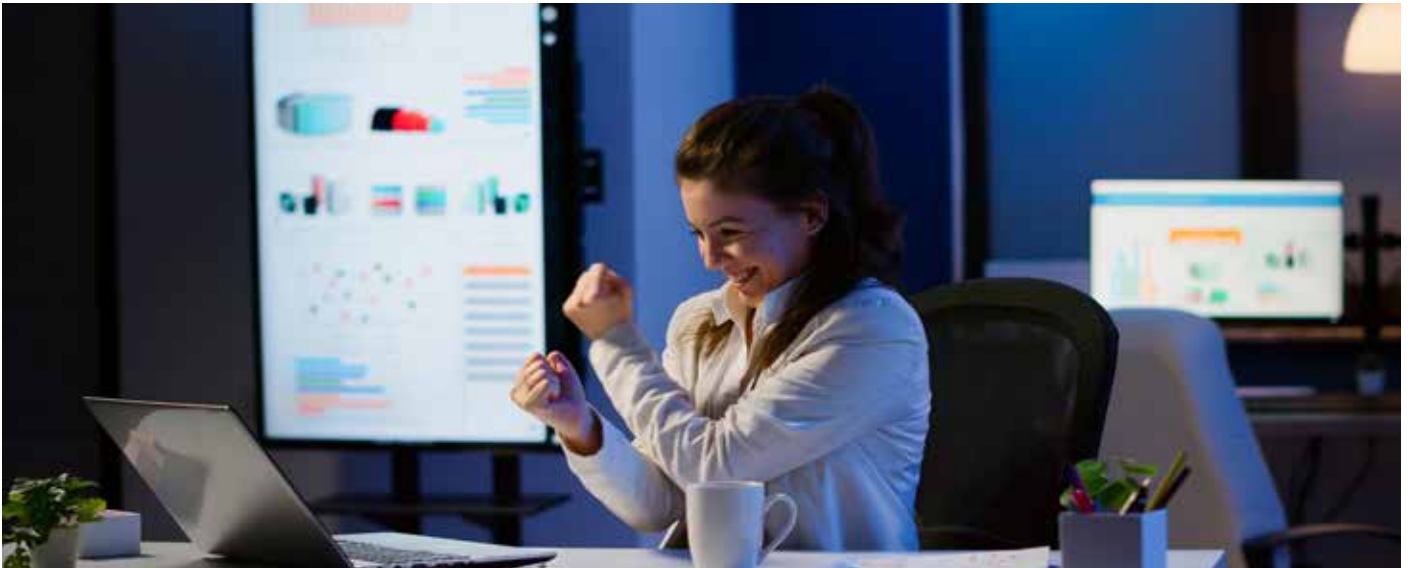


<https://www.isga.ma/fiche-metier-category-manager/>

Relations clients

1. Chargé(e) de clientèle en banque ou assurance
2. Responsable grands comptes
3. Responsable du service client

CHARGÉ(E) DE CLIENTÈLE EN BANQUE OU ASSURANCE



Le métier de chargé(e) de clientèle dans le domaine de la banque et de l'assurance est à la fois technique et commercial. Le chargé d'affaires développe son portefeuille de clients et sélectionne les solutions les plus adaptées en termes de protection ou de produits bancaires. Il peut être spécialisé dans une typologie de clients ou intervenir auprès des deux cibles : professionnels et particuliers.

Présentation et missions principales

Qu'il s'agisse du domaine de la banque ou du secteur de l'assurance, le chargé de clientèle conseille les clients à propos des produits et des services. Il doit développer sa clientèle mais aussi fidéliser l'actuelle. Les chargés d'affaires débutants s'occupent généralement des particuliers. Les plus aguerris gèrent les professionnels et les entreprises, voire les grands comptes. Comme n'importe quel commercial, le chargé de clientèle en banque ou assurance dispose de produits et de services préconçus par la marque. Il suit la politique commerciale de son entreprise. Il est soumis à une action de reporting et travaille avec des objectifs commerciaux. Le chargé de clientèle sait traiter les demandes de renseignements et proposer les solutions qui correspondent aux situations et aux attentes des clients. Il est capable de procéder à l'ouverture ou la modification d'un contrat. Il informe ses clients des nouveaux produits ou services.

Compétences et qualités pour le métier de chargé(e) de clientèle

- Connaissances en banque et en assurance (dimension administrative, juridique et technique)
- Maîtrise des produits et des services de son entreprise
- Sens du service client
- Écoute active
- Excellent relationnel
- Capacité d'analyse
- Connaissance de la clientèle
- Bon relationnel
- Capacité à convaincre, à argumenter et à négocier
- Bonne maîtrise des outils informatiques
- Grand intérêt pour les chiffres
- Goût du challenge
- Capacité à suivre un dossier et à accompagner les clients
- Capacité à démocratiser les propos techniques
- Capacité à détecter un besoin

- Connaissance de la réglementation
- Veille constante sur les évolutions légales et sur la concurrence
- Bon sens de l'organisation pour gérer ses rendez-vous
- Autonomie
- Capacité d'adaptation

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier de chargé(e) de clientèle

Le secteur de la banque et de l'assurance est très actif sur le marché de l'emploi. C'est un domaine qui subit une forte concurrence, où il est donc important de s'appuyer sur des conseillers capables de faire la différence auprès des clients. Ils participeront aussi à contrer les solutions exclusivement digitales, comme les banques en ligne par exemple. Après quelques années d'expérience, les chargés de clientèle peuvent évoluer vers les postes de gestionnaire de patrimoine, analyste de crédit, directeur d'agence, chargé de mission, chef de produit...

La Data et l'intelligence artificielle font bouger les lignes du secteur banque et assurance : chatbot, cybersécurité, analyse prédictive, automatisation des tâches... Une compétence supplémentaire dans ces disciplines peut mener à des postes très intéressants, fortement recherchés et très rémunérateurs comme ceux de business data analyst, chef de projet IA ou data scientist par exemple. Ces fonctions demandent à la fois un savoir-faire technologique mais surtout une excellente connaissance du domaine d'activité.

Le métier de chargé de clientèle en banque/ assurance permet d'allier compétences techniques et commerciales. Sollicitant de nombreuses connaissances et ressources, il constitue un beau défi face à une concurrence large et offensive. Les changements des modes de consommation (notamment la digitalisation des services) et l'apparition de la Data et de l'IA feront évoluer la fonction de gestionnaire de clientèle dans les années qui viennent. De belles perspectives pour le métier.

ISGA
Institut supérieur
génierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Chargé(e) de clientèle en banque ou assurance

RESPONSABLE GRANDS COMPTES



On le nomme aussi key account manager, ou responsable des comptes stratégiques. Le responsable grands comptes vend des produits ou des services aux clients qui ont un volume d'affaires très important. Il les fidélise et part à la conquête des nouveaux. Le responsable grands comptes est chargé du développement d'une grande partie du chiffre d'affaires de son entreprise ou de sa marque.

Présentation et missions principales du responsable des grands comptes

Son supérieur hiérarchique est le directeur commercial. Le responsable grands comptes gère la relation commerciale avec des clients de grande envergure. Ils sont considérés comme importants parce que leur chiffre d'affaires est considérable ou parce que leur notoriété augmentera celle de la marque vendeur. Le responsable commercial conçoit une stratégie de conquête de nouveaux clients en accord avec la politique commerciale de son entreprise. Il reste connecté à son marché et à sa cible, pour découvrir les innovations, se tenir à jour des mutations du secteur et surveiller la concurrence.

Il va à la rencontre des clients, fait des propositions sur-mesure, entre en négociation, conclut une transaction, s'assure du suivi de la commercialisation. Il entretient la relation avec les clients régulièrement et propose de nouveaux produits ou services. Il mobilise toutes les parties prenantes de la relation commerciale (administratif, production, logistique, technique, juridique, financier...). Il s'assure de la bonne gestion du projet en coordonnant les équipes et les prestataires. Il

veille à respecter le cahier des charges. Il quadrille tout le périmètre de la transaction pour offrir une satisfaction maximale à son client. Il est garant de l'image de son entreprise ou de sa marque auprès des grands comptes.

Compétences et qualités du responsable grands comptes

Le responsable grands comptes sait concevoir une stratégie commerciale sur-mesure pour conquérir un client. L'enjeu est de taille, donc le travail en amont doit être préparé soigneusement avec précision et sens tactique.

Organisé, il répond aux appels d'offres en même temps qu'il se rend disponible pour ses clients.

Véritable chef de projet, il coordonne tous les acteurs de la relation commerciale avec brio.

Son relationnel est parfait (en externe comme en interne). Son adaptabilité et sa culture économique lui permettent d'entrer facilement dans une relation fructueuse.

Sa ténacité est une de ses qualités majeures. Il déploie toute son énergie pour servir au mieux ses clients : argumentaire efficace, recherche d'informations clés, preuves de confiance, culture de marché, illustrations concrètes, apport de nouveaux facteurs de motivation.... Sa finesse d'esprit lui permet d'identifier les besoins et de comprendre les enjeux des entreprises qu'il démarché. Il négocie avec tact et intelligence.

Bon manager, il mène ses équipes avec un pouvoir fédérateur hors norme. Il partage son succès collectivement pour encourager ses collaborateurs.

Les chiffres et l'informatique sont ses outils clés. Il les manie avec aisance.

L'anglais est indispensable si ses interlocuteurs sont internationaux.

Tendances et facteurs d'évolution pour le métier de responsable grands comptes

La mobilité et la culture internationale conduisent le responsable grands comptes vers des projets de plus grande envergure avec des clients internationaux.

Les profils grands comptes sont recherchés sur le marché de l'emploi.

Grâce à son expérience, le key account manager peut prétendre à un poste de directeur commercial, de directeur des ventes ou bien directeur de business unit.

Métier à haute responsabilité, c'est aussi une profession polyvalente. Tacticien et fin stratège, Le responsable des grands comptes sait analyser et agir avec talent pour développer le chiffre d'affaires de son entreprise.



ISGA
Institut supérieur
génierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Responsable grands comptes



RESPONSABLE DU SERVICE CLIENT

Perfectionnement de l'expérience client et développement de l'image de marque : voici les enjeux du métier de responsable du service client.

La satisfaction et la fidélisation de la cible sont les objectifs fondateurs de la profession.

Le responsable du service client met en place la stratégie de traitement des demandes pour répondre aux suggestions, réclamations et besoins des consommateurs. Le métier nécessite des compétences commerciales ainsi que des connaissances en marketing et en communication.



Présentation et missions principales du responsable service client

On le nomme aussi responsable du SAV ou responsable support client. Il définit les principes de la relation avec la clientèle. Il étudie les différentes étapes du parcours du client et anticipe les problématiques à chaque palier. Il analyse les remarques, les commentaires, les demandes, les réclamations, les réponses aux enquêtes de satisfaction. Il organise la méthode de traitement des demandes des clients et fixe des objectifs à l'équipe qu'il pilote. Il fait part de ses résultats au directeur commercial, qui est son supérieur hiérarchique. Il conçoit sa stratégie en fonction d'une démarche qualité dont il détermine les contours (construction d'argumentaires, plan de fidélisation...). Le responsable du service client recrute ses collaborateurs et suit leur évolution. Il anime le travail de l'équipe, détermine des plans d'action et analyse ses résultats. Il fait évoluer les procédures en fonction des succès obtenus et des axes d'amélioration décelés.

Il reste en veille sur son marché et sur les innovations en matière de relation avec la clientèle. La satisfaction et la fidélisation des clients restent dans sa ligne de mire.

Il peut travailler dans des domaines d'activité très différents (le secteur numérique, l'ameublement, l'alimentaire, le textile, la cosmétique...).

Il tient à jour ses chiffres et étudie les indicateurs de performance pour revoir sa stratégie.

Certains responsables de service client évoluent dans un environnement international. Ambassadeur de la marque, ce manager est garant de son image auprès de la clientèle.

La Data et les outils d'intelligence artificielle ont ajouté de la précision au traitement de la relation avec la clientèle. Le responsable du service client interagit avec des experts du numérique (data scientist par exemple) pour connaître le comportement des consommateurs en profondeur.

Dans certaines entreprises, le responsable du service client peut piloter un centre d'appels externalisé.

Compétences et qualités du responsable service client

Son relationnel est impeccable avec les collaborateurs, les autres services (impliqués dans la relation commerciale) et les clients. Le responsable du service client est un expert de son marché (produits, services, concurrence, innovation...). Il sait traiter une situation de crise et s'occuper d'un client mécontent. Capable de prendre de la hauteur en un temps record, il réagit rapidement avec bon sens et efficacité. Organisé, il distribue les missions et anticipe les situations. Bon manager, il sait recruter, piloter une équipe et l'amener à évoluer.

Très à l'aise avec les chiffres et avec les outils informatiques, il gère son budget et utilise des outils analytiques pour optimiser sa performance. Même si la vente et la relation client sont ses compétences principales, le responsable service client a de très bonnes connaissances en marketing et surtout en marketing digital.

Tendances et facteurs d'évolution du métier de responsable des ventes

La digitalisation du parcours client a apporté au métier une nouvelle compétence en marketing digital.

La transversalité du poste est un atout pour l'évolution de la carrière. Grâce à son expérience, le responsable du service client pourra prétendre à un poste de directeur commercial, responsable des ventes, directeur CRM et digital ou bien accéder à la fonction de directeur général.

Face à la mondialisation et à la concurrence, l'expérience client devient une composante majeure de la croissance de l'entreprise. En cela, le responsable du service client tient un rôle capital dans le déploiement commercial mais pas seulement. Garant du parcours client, il participe aussi à améliorer l'image de sa marque ou de son entreprise auprès des clients, des consommateurs et du grand public.



ISGA
Institut supérieur
génierie et des affaires

Pour faire ce métier l'étudiant doit s'inscrire à l'ISGA dans la filière management : Responsable du service client





Nos campus

ISGA Rabat
27, Avenue Oqba – Agdal – 10090 RABAT
Tél : 0537 77 14 68/69/70

ISGA Casablanca
393, Route EL Jadida – Oasis
Tél : 05 22 25 55 96 – 05 22 25 78 60

ISGA Marrakech
Rue Ibn Habousse – Hivernage – MARRAKECH
Tél : 0524 43 48 44/0524 43 21 22 / 0524 43 67 98

ISGA Fès
38, Avenue des FAR – Ville Nouvelle – FES
Tél : 0661 48 68 59 / 05 35 62 13 59/69



isga.ma

