Responsable principal – Marque et Communication (Consumer)

MTN Bénin

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Chez MTN Bénin, nous sommes une organisation guidée par une mission et des valeurs fortes.

Nous sommes convaincus que la compréhension des besoins et des aspirations de nos collaborateurs est essentielle pour créer, chaque jour, une expérience professionnelle enrichissante et épanouissante. Nous nous engageons à instaurer un environnement dans lequel chaque membre de notre famille Y'ello est écouté, compris et encouragé à mener une vie professionnelle inspirante.

Nos valeurs nous permettent de garder le cap et d'avancer dans la bonne direction. Plus important encore, elles nous incitent à rester honnêtes. Elles ne sont pas simplement des principes que nous revendiquons : elles font partie intégrante de notre ADN.

En tant qu'organisation, notre mission est de créer un environnement de travail stimulant et gratifiant, dans lequel chacun peut être lui-même, s'épanouir dans un climat positif et exprimer pleinement son potentiel.

Nous souhaitons offrir un cadre professionnel qui stimule la créativité et l'innovation, améliore la productivité et génère, en définitive, des résultats significatifs. Un environnement fondé sur les relations humaines et la réalisation d'une mission qui nous dépasse.

Nos engagements vont au-delà d'une simple promesse organisationnelle. Ils sont ancrés dans notre approche du leadership et du management, qui consiste à établir de véritables partenariats avec nos collaborateurs, nos clients et nos parties prenantes afin de concrétiser nos objectifs communs.

Nous sommes ravis que vous envisagiez MTN comme partenaire de votre parcours professionnel pour contribuer à faire la différence dans le monde. Nous attendons votre candidature avec intérêt !

Nous sommes l'une des principales entreprises de télécommunications et nous poursuivons notre transformation en une entreprise de technologies numériques. Pour cela, nous développons les plateformes les plus vastes et les plus performantes, favorisons une connectivité de premier plan dans le secteur, créons de la valeur partagée et accélérons la transformation de notre portefeuille d'activités.

Notre objectif est de développer une culture qui valorise l'innovation, l'agilité et l'apprentissage, dans laquelle chacun se sent inclus et où les données sont exploitées pour créer de la valeur pour nos clients et soutenir la réalisation de nos ambitions.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE TRAVAIL

- Conditions normales de travail en vigueur chez MTN Bénin.
- Possibilité de devoir travailler au-delà des horaires habituels.
- Disponibilité pour travailler partout et à tout moment (« Anywhere/Anytime work »).
- Déplacements à l'intérieur du Bénin pour les événements, les activations commerciales et le suivi des campagnes.

GESTION CONTINUE DES RISQUES, DE LA CONFORMITÉ ET DU REPORTING

- Mettre en œuvre et encourager des pratiques continues et efficaces de gestion des risques dans le cadre de vos activités.
- Promouvoir une prise de décision fondée sur les risques.
- Veiller à ce que les risques majeurs, les manquements à la conformité et les problèmes liés à des comportements contraires à l'éthique soient signalés et remontés de manière appropriée.
- Faire preuve d'un comportement éthique et encourager les autres à en faire autant.
- Promouvoir les bonnes pratiques en matière de continuité des activités et veiller au respect des réglementations applicables ainsi que des politiques, processus et procédures internes (PPP).

RESPONSABILITÉS

1. Stratégie et gestion de la marque

- Agir en tant que principal garant de la marque MTN au Bénin : protéger et faire évoluer l'identité, le positionnement et la valeur de la marque, en veillant à leur parfaite conformité avec la stratégie de marque du Groupe MTN, ses outils et ses normes d'identité visuelle (Corporate Identity – CI).
- Adapter la stratégie de marque du Groupe au contexte béninois afin d'élaborer un plan de marque clair et convaincant, et actualiser le positionnement de la marque pour refléter l'orientation stratégique de MTN Bénin et sa transformation en entreprise de technologies numériques.
- Traduire le plan d'affaires annuel en un plan annuel de marque et de communication marketing ainsi qu'en un calendrier commercial annuel, comprenant des programmes clairs et mesurables pour les différents segments, produits et activités de développement de la marque.
- Garantir la cohérence du ton, des messages et de l'identité visuelle de la marque sur l'ensemble des canaux, des campagnes et des points de contact avec les clients, en interne comme en externe.

- Mettre en place et faire appliquer les politiques, procédures et processus de validation relatifs à la gouvernance de la marque et à l'ensemble des supports de communication marketing.

2. Communication marketing intégrée et médias

- Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication intégrée à 360° couvrant les médias traditionnels (ATL), l'imprimé, l'affichage extérieur (OOH), les actions hors médias (BTL), le digital et les points de contact clients, pour les activités Consumer, Mobile Money/Fintech, Entreprises, Home et Digital.
- Diriger l'élaboration de la stratégie média annuelle, du plan média et des indicateurs clés de performance (KPI). Déterminer la combinaison optimale entre médias payants, médias acquis et médias détenus, et collaborer avec le service des achats pour les négociations relatives à l'achat d'espaces publicitaires.
- Piloter la planification et la priorisation des campagnes, de l'idée créative initiale à la production, en fonction des grandes échéances commerciales. Valider les créations finales, les scripts et les storyboards en vue de leur approbation par le CMDO.
- Développer des relations avec les principaux médias, influenceurs et leaders d'opinion afin d'obtenir une couverture médiatique positive, en ligne et hors ligne.

3. Marque digitale et contenu

- Concevoir une stratégie de marque digitale centrée sur le client, couvrant les pages de destination (landing pages), les applications MyMTN et MoMo, les sites web, les réseaux sociaux et toutes les initiatives de marque déployées à travers les canaux numériques.
- Piloter les campagnes digitales et la production de contenus afin de communiquer clairement les avantages des produits et services MTN et de soutenir un parcours client omnicanal.
- Collaborer avec l'équipe CES sur l'engagement sur les réseaux sociaux, le suivi de la réputation de la marque ainsi que la gestion des problèmes et des situations de crise.

4. Lancement commercial et partenariats stratégiques

- Diriger le processus de mise sur le marché (Go-to-Market – GTM) des nouveaux produits, services et lancements commerciaux de MTN Bénin, en collaboration avec les équipes Consumer Products, EBU, S&D, Digital, CES et Technologie.
- Garantir une exécution sans faille, assortie d'indicateurs clés de performance mesurables et conforme aux règles internes et réglementaires.
- Traduire les objectifs commerciaux et de revenus en stratégies de marque et de communication visant à stimuler l'acquisition et la fidélisation des clients, l'utilisation des services et la croissance du revenu moyen par utilisateur (ARPU).
- Identifier des partenariats stratégiques et de co-marketing, notamment avec les fabricants d'équipements d'origine (OEM), les partenaires spécialisés dans les appareils, les plateformes numériques et d'autres marques, afin d'accroître la notoriété de la marque et d'élargir la portée des actions marketing.

5. Événements et sponsoring

- Superviser l'ensemble du portefeuille d'événements et de sponsoring, depuis la sélection stratégique jusqu'à l'activation et à la mesure de l'impact après l'événement, en veillant à garantir un retour sur investissement financier et en matière de marque.
- Exploiter les partenariats de sponsoring et les événements pour renforcer l'attachement à la marque auprès des segments prioritaires, en particulier les jeunes et les clients à forte valeur (High Value Customers – HVCs).

6. Gestion des agences, du budget et des dépenses marketing

- Gérer les agences créatives, médias, relations publiques (RP), digitales et événementielles, notamment leur sélection, la définition des cahiers des charges, les accords de niveau de service (SLA), les indicateurs annuels de performance, la qualité, la valeur ajoutée et la coordination intégrée des prestations.
- Assumer la responsabilité du budget consacré à la marque et à la communication marketing : planifier les dépenses annuelles et trimestrielles, suivre mensuellement les dépenses par rapport au budget, effectuer les rapprochements avec la direction financière et optimiser les dépenses afin de maximiser leur impact.
- Agir en tant que partenaire stratégique du CMDO dans l'allocation du budget marketing afin d'accélérer la croissance des parts de marché et des revenus.

7. Études, santé de la marque et performance

- Diriger la préparation des cahiers des charges, la commande et la présentation des études sur la santé de la marque (Brand Health Tracking – BHT), puis traduire leurs résultats en actions concrètes pour l'entreprise.
- Fournir des analyses précises, opportunes et exploitables sur le paysage publicitaire et médiatique, l'inflation des coûts médias, les tendances des réseaux sociaux, les activités des concurrents et le sentiment des consommateurs.
- Mesurer l'efficacité des campagnes par rapport aux objectifs fixés (retour sur investissement – ROI, indicateurs clés de performance – KPI, etc.).
- Publier des rapports après chaque campagne et fournir régulièrement à la direction et au Groupe MTN des rapports sur la marque et la concurrence, notamment des éléments utiles à la planification des cycles de marque.

8. Leadership et management des équipes

- Diriger, encadrer et développer une équipe performante dédiée à la marque et à la communication, grâce à une orientation claire, à la gestion de la performance, au renforcement des compétences et à la planification de la relève.
- Instaurer une culture d'agilité, d'innovation et de collaboration au sein de l'équipe et avec les parties prenantes internes : Consumer, MFS, EBU, CES, S&D, Affaires institutionnelles (Corporate Affairs), Bureau du Directeur général (CEO Office), Ressources humaines, Achats et Finance.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI)

Santé de la marque

- Scores de désirabilité de la marque (Brand Desire) et de suivi de la santé de la marque (BHT).
- Notoriété, considération et préférence par rapport à la concurrence.
- Net Promoter Score (NPS).

Performance commerciale

- Contribution du marketing à la croissance des revenus des activités Consumer, MoMo, Digital, Entreprises et Home.
- Performance des lancements commerciaux (GTM).

Efficacité

- Retour sur investissement (ROI) des campagnes et des opérations de sponsoring.
- Respect du budget.
- Économies réalisées sur les coûts de production et d'achat média.

Gouvernance et exécution

- Conformité à 100 % aux normes d'identité visuelle (Corporate Identity).
- Respect des délais de mise sur le marché (GTM).
- Performance des agences par rapport aux indicateurs KPI et aux accords de niveau de service (SLA).

Gestion des équipes

- Engagement des collaborateurs.
- Développement des compétences.
- Préparation de la relève.

QUALIFICATIONS ET PROFIL RECHERCHÉ

Formation

- Être titulaire d'une licence en marketing, communication, administration des affaires ou dans un domaine connexe. Un master ou un MBA est souhaité.
- Une qualification de troisième cycle ou une certification professionnelle en marketing, communication ou marketing digital constitue un atout supplémentaire.
- Maîtrise parfaite du français et de l'anglais, à l'écrit comme à l'oral.

Expérience professionnelle

- Justifier de huit (8) à dix (10) années d'expérience dans les domaines de la marque, de la communication marketing et du marketing, au sein d'une entreprise ou d'un environnement multinational.
- Une expérience dans les télécommunications, la fintech ou les biens de grande consommation (FMCG) constitue un avantage important.
- Avoir au moins cinq (5) années d'expérience à un poste de management, avec une responsabilité dans la gestion de la marque et de la communication.
- Justifier d'une expérience avérée dans les domaines suivants :
    - Développement de campagnes de communication intégrées ;
    - Planification média ;
    - Gestion d'agences ;
    - Organisation d'événements et gestion du sponsoring ;
    - Exécution de stratégies de mise sur le marché (Go-to-Market).
- Une expérience en marketing digital et en leadership dans un environnement multinational constitue un atout.

Compétences techniques

- Gestion de marque, positionnement de marque et gestion de la réputation.
- Communication marketing intégrée, planification média et nouveaux médias, relations avec les médias.
- Marketing digital (SEO, SEM, affichage publicitaire, réseaux sociaux) et stratégie de contenu.
- Vision stratégique, recherche, analyse et interprétation des données.
- Gestion de projets et exécution des stratégies de mise sur le marché.
- Gestion des alliances, des partenariats et du sponsoring.
- Gestion des fournisseurs et des contrats ; gestion des budgets et des dépenses.
- Gestion des risques commerciaux liés au marketing, à la marque, à la réputation et à la réglementation ; gestion des problèmes et des situations de crise.
- Gestion des parties prenantes et excellentes compétences en présentation, en communication écrite et orale.
- Bonne compréhension du secteur des télécommunications, de la monnaie mobile et de l'écosystème numérique, ainsi que du marché béninois.

Compétences comportementales

Compétences opérationnelles

- Agilité.
- Capacité à se concentrer sur les priorités et les plans.
- Partage des connaissances.

Courage

- Capacité à gérer sa propre performance et celle de son équipe.
- Gestion des conflits.
- Sens des responsabilités et capacité à assumer ses décisions.

Orientation client

- Sens de l'orientation client, aussi bien interne qu'externe.

Énergie et détermination

- Innovation.
- Esprit d'initiative.
- Orientation vers les résultats.
- Développement personnel continu.

Relations interpersonnelles et leadership

- Collaboration.
- Encadrement et accompagnement des collaborateurs directs.
- Développement des compétences des équipes.

Intégrité

- Intégrité.
- Fiabilité.
- Comportement éthique.

VALEURS DE MTN

- **Lead with Care** : Diriger avec bienveillance.
- **Can-do with Integrity** : Agir avec détermination et intégrité.
- **Collaborate with Agility** : Collaborer avec agilité.
- **Serve with Respect** : Servir avec respect.
- **Act with Inclusion** : Agir dans un esprit d'inclusion.