



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



Directeur(trice) de clientèle

Famille métier : Commercial / Développement

En agence

Autres appellations : Directeur(trice) conseil,
directeur (trice) du développement

Définition du métier

Le directeur de clientèle gère un ensemble de budgets importants

Il représente son agence auprès de ses clients. Il développe sa relation avec le client et le conseille sur le développement de sa stratégie de communication.

Le directeur de clientèle élabore, organise et coordonne les campagnes de communication.

Missions

Le directeur de clientèle assure la relation à long terme avec les clients. Il analyse et contrôle les résultats clients et en fait un bilan.

Il développe et fidélise un portefeuille de clients.

Il identifie les besoins du client, conseille et accompagne le client.

Il peut être amené à participer à des missions de prospection auprès de nouveaux clients.

Le directeur de clientèle analyse le besoin et recommande les stratégies à adopter.

Il supervise le projet, anime les équipes, et répartit la charge de travail.

Connaissant parfaitement l'histoire des marques dont il a la gestion ainsi que les données économiques et politiques de ses clients, il est à même de mener une réflexion stratégique.

Domaine et périmètre d'intervention

Supervisant la réalisation des campagnes de communication dont il a la charge, il est directement rattaché au directeur commercial et supervise le chef de groupe ainsi que le chef de publicité.

Ses différentes missions l'amènent à travailler en collaboration avec les commerciaux, les créatifs, le service de production ainsi que le planning stratégique.

Ses qualités de manager lui permettent d'établir les priorités et de s'assurer de la bonne répartition des charges de travail.

Activités et tâches

Activité 1 : Gère le budget et produit une prestation de conseil

- Tâches :
- Gère un ensemble de budgets importants
 - Connaît le positionnement de la marque, les concurrents et la segmentation client
 - Présente la stratégie de communication à l'annonceur
 - Ajuste les objectifs de la stratégie clients et négocie les budgets nécessaires pour sa réalisation

Activité 2 : Participe à l'élaboration des stratégies de communication de ses clients

- Tâches :
- Élabore et définit les orientations et les actions de communication proposées par l'agence
 - Est responsable des stratégies de communication
 - Veille à la qualité des campagnes réalisées
 - Accompagne l'annonceur dans la conception et l'évolution de sa stratégie de communication

Activité 3 : Gère la relation client (externe et interne)

- Tâches :
- Gère la relation commerciale avec les entreprises et les annonceurs
 - Suit la concurrence et l'évolution du marché des appels d'offre en communication
 - Identifie des niches commerciales aux appels d'offre
 - Anticipe le besoin des clients
 - Pilote le portefeuille clients comme un centre de profits
 - Fixe des objectifs commerciaux
 - Analyse et contrôle les résultats clients (ventes, bilans de campagne...)
 - Collabore avec les commerciaux, les créatifs, le service de production ainsi que le planning stratégique

Activité 4 : Manage ses équipes

- Tâches :
- Anime les équipes
 - Établit les priorités de son équipe
 - Organise la mise en œuvre des prestations de conseil
 - Estime la charge de travail, et la répartit au sein des équipes et détermine le calendrier de réalisation
 - Pilote les différentes étapes de la conception d'outils de communication
 - Anticipe le risque d'erreur au fur et à mesure des étapes

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de :

- l'entreprise
- ses produits / ses métiers
- sa culture / son identité
- son histoire
- son environnement économique, social, politique

Bonne connaissance des techniques et outils du marketing stratégique, marketing mix, marketing direct, marketing opérationnel

Parfaite connaissance des études et des chiffres du marché

Connaissance de la marque

Solide culture générale

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Savoir reformuler les besoins, élaborer un diagnostic de communication, des recommandations et des plans de communication globaux

Savoir mener une réflexion stratégique et élaborer une stratégie de communication pertinente.

Être force de proposition et savoir convaincre

Savoir négocier et gérer les différents projets de campagne

Savoir gérer et optimiser les budgets

Savoir manager différentes équipes

Savoir mettre en place, animer des réseaux de correspondants (internes et externes) et les développer

Être capable de faire des présentations pertinentes avec les outils informatiques mis à disposition

Savoir s'exprimer en public et rédiger

Maîtriser l'anglais

SAVOIR-ÊTRE

Sens de l'écoute et du contact

Créativité

Adaptabilité

Réactivité

Rigueur

Organisation

Capacité à faire adhérer et fédérer