



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET



VENTE ET SUIVI DES OPÉRATIONS COMMERCIALES

Directeur/trice de Clientèle



Missions

Le/la Directeur/trice de clientèle gère et développe un portefeuille de clients stratégiques dont il est le principal interlocuteur. Il/elle orchestre les campagnes publicitaires en collaboration avec les équipes internes en régie ainsi que les agences et les annonceurs. Il/elle assure la satisfaction client à chaque étape du projet. Garant de la fidélisation de son portefeuille clients, il est amené à prospecter pour développer son portefeuille de clients en termes de secteur d'activité, de marques et de campagne publicitaire. Il supervise et anime la réalisation des campagnes sur son périmètre de responsabilité.

AUTRES APPELLATIONS :

Directeur de comptes stratégiques

Responsable de portefeuilles clients clés

Key accounts manager

Directeur/trice conseil

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies communication extérieure

Régies publicitaires



Principales activités

- Gérer et développer le portefeuille client en fidélisant les clients existants, en négociant les contrats selon la stratégie commerciale définie, en représentant la régie auprès des clients (agences media, annonceurs) et en assurant la gestion des relations commerciales.
- Développer une relation commerciale de confiance et de proximité auprès des annonceurs et des agences pour accélérer le développement commercial des supports de la régie.
- Répondre à la stratégie de communication des clients de son portefeuille en élaborant des propositions commerciales pertinentes, en construisant des projets sur mesure répondant aux besoins des clients tout en veillant à la cohérence de la stratégie globale de l'entreprise.
- Superviser la mise en œuvre des campagnes publicitaires en préparant et pilotant les différentes étapes, de la conception à la validation finale par le client.
- Analyser et piloter les performances des résultats, les budgets des annonceurs et assurer le reporting financier ainsi que le suivi de la facturation.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Elaborer la stratégie de communication d'un client à partir d'une analyse de la concurrence du client (communication, produits) et des caractéristiques du client (histoire de la marque, segmentation de produits...) en lien avec les équipes créatives

▼ Contribuer au développement commercial

- Identifier toutes les opportunités sur son portefeuille clients et les développer jusqu'à leur concrétisation
- Fidéliser les clients et établir une relation privilégiée, notamment les grands comptes et les clients stratégiques, en étant à la fois à leur écoute et en se montrant force de proposition

▼ Négocier, acheter, vendre

- Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client, un prestataire ou un autre service de son entreprise en identifiant son principal enjeu, en évaluant le rapport qualité-prix et en préparant ses arguments
- Développer une offre commerciale dans le respect des conditions générales de vente, des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par les équipes dédiées et de l'intérêt de ses clients

▼ Piloter un projet

- Piloter et coordonner des budgets en recherchant la rentabilité d'un centre de profit, en tenant compte de l'objectif final et des conditions de réalisation des projets
- Analyser un tableau de bord, des indicateurs pour mesurer la performance des opérations menées et vérifier l'atteinte des objectifs
- Définir, suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et de la prestation vendue
- Affiner et rectifier son plan d'action en fonction de l'analyse du rapport coût-efficacité (ROI), de la mesure de l'audience, des tableaux de suivi et de leurs indicateurs
- Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Management opérationnel
- > Gestion commerciale
- > Relation clients
- > Communication orale
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Tendances marché publicitaire
- > Exploitation des outils de CRM
- > Vente et négociation commerciale
- > Techniques de vente
- > Analyse de données
- > Plateformes publicitaires et média
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le métier se complexifie et doit intégrer davantage de polyvalence sur les interventions tout au long du projet. Il doit s'adapter à l'émergence des nouvelles technologies, avec un recours accru à la data, à l'IA et aux outils CRM avancés. Il se doit de bien connaître ces tendances afin d'avoir une approche proactive sur ces sujets vis-à-vis des clients. L'IA accélère la réponse aux appels d'offres, l'organisation de l'administratif et du planning et recentre le métier vers le conseil.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur/trice Commercial(e)
- Chef(fe) de publicité
- Responsable Administration des Ventes
- Chef de projet
- Planneur stratégique
- Directeur de la création

En externe

- Clients
- Prestataires
- Annonceurs
- Agences média

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en communication, marketing, gestion de projet ou commerce

Expériences recommandées

- > Une expérience significative dans la gestion de comptes clients est attendue (3 à 5 ans).

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

