



CHARGÉ DE MARKETING ET COMMUNICATION

Domaine d'activité

Fonctions support

Famille de métiers

Marketing et méthodes

Autres appellations du métier

Assistant marketing / Assistant communication

Nomenclature PCS

375b - Cadres des relations publiques et de la communication

Nomenclature ROME

11303 - Assistant / Assistante marketing

► Mission

Le Chargé de marketing et communication met en œuvre la stratégie marketing et communication du cabinet en concertation avec le Directeur marketing et communication ou les dirigeants des pôles d'activité. Pour ce faire, il conduit les campagnes de communication du cabinet, fournit un soutien au développement commercial des métiers tout en réalisant une veille commerciale, réglementaire et technologique.

► Activités

Développement de campagnes de communication

- Conduit les campagnes de communication du cabinet :
- Recueille les besoins des dirigeants d'activité afin de définir les canaux de communication, publics cibles et éléments communiqués
- Collabore si nécessaire avec des prestataires externes (agence de communication, sociétés d'évènementiel, journalistes...)
- Réalise les supports de communication et coordonne la logistique événementielle selon le type d'actions commerciales : campagne de mailings, webinaires, séminaire, etc.
- Analyse les retombées des actions de communication (vues, prises de contacts, participants, contrats signés...)

Soutien au développement commercial

- Développe la clientèle actuelle et prospecte la clientèle potentielle en identifiant et en exploitant les réseaux de partenaires et prestataires du cabinet
- Conduit, directement ou via des cabinets d'études, des études de marché afin d'analyser les besoins des clients et les opportunités commerciales sur lesquelles le cabinet doit se positionner
- Produit un reporting des indicateurs commerciaux du cabinet afin d'adapter la stratégie de développement commerciale

Veille commerciale, réglementaire et technologique

- Réalise une veille sur plusieurs aspects :
- Commercial : nouveaux entrants sur le marché, nouvelles offres de services...
- Réglementaire : évolutions du cadre déontologique des professions permettant le développement de nouveaux services
- Technologique : évolution des technologies marketing, de sondage, de graphisme...



Chargé de marketing et communication

► Compétences

Légende

1

Niveau de base

2

Niveau avancé

3

Niveau confirmé

4

Niveau expert

Macro-compétences spécifiques

Macro-compétence	Niveau attendu sur la macro-compétence et compétence associée	Exemple d'application
Collecte des informations nécessaires à la production d'une mission	3 Être autonome dans la collecte des documents et adapter les modes de collecte aux exigences de la mission	Collecter et mettre en forme les données marketing (ventes, prospects, etc.) à partir d'un CRM
Utilisation d'un logiciel métier	3 Utiliser les fonctionnalités avancées et former à l'utilisation du logiciel	Utiliser et paramétrer le logiciel de gestion de la relation client (CRM) ou un logiciel de graphisme
Sécurité des échanges de données avec l'externe	2 Sensibiliser ses interlocuteurs au respect des obligations en matière de sécurité des données	Dans le cadre d'un sondage, rappeler les obligations en matière de sécurité des échanges
Gestion et exploitation d'une base de données	3 Conduire des analyses avancées, identifier et utiliser les outils d'exploitation adaptés	Conduire une analyse des principaux indicateurs commerciaux du cabinet
Production et promotion d'un contenu communicant	4 Mettre en place une stratégie de communication	Construire la stratégie communication d'un pôle d'activité avec ses dirigeants
Concepts spécifiques au domaine de spécialité	3 Organiser une veille sur les évolutions de sa spécialité et en tirer les enseignements pour sa pratique	Réaliser une veille commerciale, réglementaire et technologique

Macro-compétences transverses

Pilotage de missions	3 Piloter une ou plusieurs phases et équipes projets	Piloter simultanément plusieurs projets marketing
Posture conseil	2 Synthétiser et restituer des analyses adaptées au besoin du client	Construire une étude de marché pour adapter l'offre du cabinet aux besoins du marché
Sens commercial	3 Piloter la construction d'offres commerciales, entretenir un réseau de partenaires et apporteurs d'affaires	Entretien et développer un réseau de partenaires à partir d'actions de communication et événementielles
Communication écrite et orale	4 Décrypter la dynamique collective d'un groupe de travail et adapter son mode d'animation	Assurer l'animation d'un événement commercial (conférence, séminaire...)
Organisation et planification du travail	3 Planifier son organisation du travail selon les priorités sur ses différents dossiers d'intervention	Organiser sa charge de travail selon les différents projets marketing
Adaptation à une variété de situations et d'interlocuteurs	3 Adapter la prestation délivrée aux spécificités de situations et d'interlocuteurs	Faire preuve de pédagogie dans la présentation d'éléments techniques auprès de publics non-avertis
Pilotage de la performance d'une organisation	2 Définir les critères de mesure de la performance et mettre en place les process de reporting adaptés	Réaliser un reporting régulier des retombées des actions commerciales



Chargé de marketing et communication

► Variabilité du métier

Selon la taille du cabinet

- Dans les petits cabinets, le Chargé de marketing et communication prend en charge l'ensemble des besoins marketing du cabinet. De ce fait, il intervient sur un large spectre d'activités (campagnes publicitaires, évènementiel, communication interne...) auprès des différents métiers du cabinet
- Dans les grands cabinets, le Chargé de marketing et communication intervient sous la supervision d'un Directeur marketing et communication. Son périmètre de responsabilité est limité selon la spécialité marketing (communication, études de marché, gestion d'un CRM...) ou le domaine d'activité qu'il supporte (expertise comptable, audit, conseil, etc.)

Selon les spécialités du cabinet

- Selon l'activité et le positionnement du cabinet, le Chargé de marketing et communication peut :
- Déployer une démarche ciblant une clientèle plus ou moins diversifiée : grandes ou petites entreprises, créateurs d'entreprise, professions libérales, secteurs variés (secteur agricole, hôtellerie-restauration, services aux entreprises, secteur industriel, etc.)
 - Mener des actions commerciales variées : prestations « hauts de gamme » orientées conseil ou vente de services de comptabilité en ligne, etc.

Selon l'expérience du professionnel

- Avec l'expérience, possibilités d'encadrement de Chargés de marketing et communication juniors, contacts plus étroits avec les dirigeants d'activité du cabinet, développement des relations avec les prestataires externes
- Hausse des missions relatives au développement de nouvelles offres : conception, aspects technologiques, stratégie de mise sur le marché, etc., à mesure que l'expérience augmente

► Conditions d'exercice

- *Relations professionnelles internes* : Directeur marketing et communication, Expert-comptable dirigeant et autres dirigeants des pôles d'activité du cabinet,
- *Relations professionnelles externes* : Agences de communication, d'évènementiel, Éditeurs de logiciels, Graphistes, Développeurs, Journalistes, etc.
- *Télétravail* : possible sur la majorité des activités mais variable selon les modes d'actions commerciales (séminaires en présentiel...) et les règles de fonctionnement internes du cabinet

► Prérequis pour accéder au métier

Formation initiale

- Bac+5 :
- Master 2 en marketing, communication, évènementiel, action commerciale...

Profil recommandé pour le personnel expérimenté s'orientant vers ce métier

- Chargé de marketing et communication en entreprise
- Poste d'animation commerciale en entreprise ou en cabinet
- Professionnel de l'évènementiel
- Chargé d'études en institut de sondage, agence de communication

Formations prioritaires en cours de carrière

- Formation aux techniques de marketing digital : logiciels de gestion de la relation client (CRM), SEO, community management et outils d'analyse de données, data visualisation, graphisme, etc.
- Formations à l'actualité économique, juridique et technologique des cabinets

► Tendances d'évolution du métier

- Renforcement des compétences en marketing digital, community management, graphisme...
- Approfondissement de la capacité à structurer un réseau de partenaires et à organiser une démarche de veille concurrentielle élargie (cabinets d'expertise-comptable et conseil aux entreprises de manière générale)
- Diversification des compétences d'animation commerciale : publicités, évènementiel, webinaires, mailings, etc.

► Perspectives professionnelles

- Évolution vers un poste de Directeur marketing et communication en cabinet ou en entreprise
- Métiers des RH en cabinet d'expertise-comptable (Chargé de projets RH), sous condition de formations complémentaires
- Autres métiers des directions marketing en entreprise
- Métiers des agences de communication et des relations publiques, des études, en entreprise ou dans les cabinets d'étude
- Métiers de l'évènementiel en entreprise
- Métiers du commercial en entreprise