

DIRECTEUR MARKETING ET COMMUNICATION

Domaine d'activité

Fonctions support

Famille de métiers

Marketing et méthodes

Autres appellations du métier

Directeur marketing / Directeur communication

Nomenclature PCS

375b - Cadres des relations publiques et de la communication

Nomenclature ROME

14429 - Directeur / Directrice du marketing

► Mission

Le Directeur marketing et communication a pour mission principale d'élaborer et de conduire la stratégie marketing et communication du cabinet. Pour ce faire, il promeut l'image du cabinet auprès d'un réseau de partenaires, prestataires et prospects. Il développe également l'activité commerciale en proposant son soutien aux différents pôles d'activités du cabinet.

► Activités

Définition de la stratégie du pôle marketing et communication

- S'appuie sur une analyse des tendances du marché et des besoins des clients pour définir les objectifs marketing et communication stratégiques du cabinet, en lien avec les dirigeants du cabinet et directeurs des pôles d'activité
- En déduit, selon le budget de son pôle, les actions marketing, communication et commerciales pertinentes et les décline en plans d'actions opérationnels (organisation de séminaires, lancement d'une campagne publicitaire digitale, formalisation des offres du cabinet, refonte du site internet, etc.)
- Mène un travail de veille de l'actualité des marchés sur lesquels se positionne le cabinet, des évolutions technologiques et réglementaires et anticipe les évolutions des activités du cabinet
- Recueille régulièrement les besoins des différents pôles d'activités du cabinet afin d'adapter les actions marketing, communication et commerciales

Mise en œuvre de la politique marketing et communication

- Pilote, en coopération avec ses partenaires externes (sociétés d'évènementiel, agence marketing, journalistes, etc.) et internes (directeurs des pôles d'activité du cabinet) de l'organisation et de la réalisation d'actions d'animation commerciale : séminaires, webinaires, campagnes publicitaires, relations presse, etc.
- Développe la clientèle actuelle et prospecte la clientèle potentielle 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
- Pilote la mise en œuvre d'actions de communication adaptées aux tendances et aux cibles, en s'appuyant sur des ressources internes ou externes (agence de communication, graphiste, etc.)

Management et pilotage du pôle marketing et communication

- Définit des procédures de travail de son pôle (par exemple, process pour la gestion et la supervision d'une campagne marketing) et les modes de management (réunions d'équipe)
- Définit les objectifs des collaborateurs sous sa responsabilité (équipes de Chargés de marketing et communication plus ou moins étoffées selon le cabinet), encadre et supervise leur travail
- Définit, en collaboration avec les Experts-comptables dirigeants, le budget de son pôle : contrôle les dépenses, établit des budgets prévisionnels à différentes échéances
- Arbitre les décisions de ressources humaines liées à son pôle d'activité : recrutement, rupture, formation, etc.
- Assure le suivi, l'analyse et le reporting des indicateurs clés d'activité de son pôle (retombée des campagnes marketing, participation à des événements, volume des ventes, etc.)



Directeur 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	4 Concevoir de nouvelles méthodes de collecte, classification et analyse des informations collectées	Concevoir des sondages, enquêtes d'opinion, collecte de données web...
Utilisation d'un logiciel métier	3 Utiliser les fonctionnalités avancées et former à l'utilisation du logiciel	Maîtriser les fonctionnalités du logiciel de gestion de la relation client (CRM)
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	Superviser une étude de marché en exploitant une base de données client
Production et promotion d'un contenu communicant	4 Mettre en place une stratégie de communication	Définir la stratégie de communication en fonction de la stratégie du cabinet

Macro compétences transverses

Pilotage de missions	4 Coordonner plusieurs projets stratégiques et développer les relais de gestion de projet	Coordonner plusieurs projets marketing : campagnes publicitaires, évènementiel...
Sens commercial	4 Piloter la stratégie commerciale, anticiper l'évolution des besoins clients, construire des partenariats commerciaux	Orienter la stratégie commerciale du cabinet en s'appuyant sur des études de marché
Communication écrite et orale	4 Décrypter la dynamique collective d'un groupe de travail et adapter son mode d'animation	Animer une table-ronde, un groupe de travail dans le cadre d'un évènement promotionnel
Management d'une équipe interne et/ou externe	4 Identifier les forces et axes d'amélioration de l'équipe, anticiper et gérer les problématiques collectives	Définir les besoins en compétences de l'équipe et proposer des plans de formation
Organisation et planification du travail	4 Anticiper sa charge de travail sur le long cours afin de s'impliquer sur des projets transverses	Développer des projets impliquant le service marketing ou l'ensemble du cabinet : enquêtes, séminaires, etc.
Anglais professionnel	3 Délivrer et soutenir des livrables ou propositions complexes	Élaborer un support de présentation des offres du cabinet en anglais
Pilotage de la performance d'une organisation	3 Définir la stratégie de son pôle d'activité selon les orientations générales de l'entreprise	Établir les indicateurs d'activités du service marketing et mettre en œuvre des leviers de performance
Recrutement et intégration des ressources humaines	3 Anticiper les besoins, élaborer une stratégie de recrutement et d'intégration des ressources humaines	Identifier les besoins en recrutement, conduire les entretiens d'embauche

Directeur marketing et communication

► Variabilité du métier

Selon la taille du cabinet

- Dans les petits cabinets, le Directeur marketing et communication intervient sur un large spectre d'activités relatives au marketing, aux actions de développement commercial, à la communication externe et interne. Il peut prendre en charge directement la réalisation de certaines tâches (mise en ligne de campagnes, évolution de la charte graphique du cabinet...). Dans ces cabinets, les fonctions « marketing et communication » sont fréquemment prises en charge par un Chargé de marketing et communication et/ou réparties entre différents membres du cabinet (Expert-comptable dirigeant, Collaborateur comptable, etc.).
- Dans les grands cabinets, le Directeur marketing et communication pilote plusieurs Chargés de marketing et communication, intervient principalement en pilotage de projets et mobilise des solutions technologiques plus variées (logiciels de gestion de la relation client (CRM), de marketing automation, logiciels de graphisme, etc.).

Selon les spécialités du cabinet

- Selon l'activité et le positionnement du cabinet, le Directeur 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

- Possibilités d'encadrement d'une équipe de Chargés de marketing et communication plus étoffée après quelques années d'expérience
- Hausse des missions relatives au développement de nouvelles offres : conception, aspects technologiques, stratégie de mise sur le marché, etc.

► Conditions d'exercice

- *Relations professionnelles internes* : Expert-comptable dirigeant et autres dirigeants des pôles d'activités du cabinet, Chargés de marketing et communication selon la taille du cabinet
- *Relations professionnelles externes* : Agences de communication, d'événementiel, Editeurs 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, événementiel, action commerciale...

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

- Directeur ou Chargé de marketing et communication en entreprise
- Poste d'animation commerciale en entreprise ou en cabinet
- Professionnel de l'événementiel
- 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
- 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, événementiel, webinaires, mailings, etc.

► Perspectives professionnelles

- Métiers des RH en cabinet d'expertise-comptable (Chargé de projets RH), sous condition de formations complémentaires
- 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'événementiel en entreprise
- Métiers du commercial en entreprise