

Les nouvelles missions du chargé de communication & marketing

En charge de la communication interne et/ou externe, son rôle s'adapte aux nouveaux usages des voyageurs d'affaires.



© Fotolia

i L'avis du professeur

© Mathieu Perroud / ESCAET



CONSTANCE HUCKENDUBLER,
RESPONSABLE DES PROGRAMMES BACHELOR ET MBA, ESCAET

Le poste de chargé de communication & marketing est transverse et permet

d'être en contact avec les différents partenaires de l'entreprise. Il doit être familier du monde des entreprises clientes, des agences et ne pas oublier l'aspect relationnel. En fonction de son niveau, il sera plus ou moins lié à la stratégie marketing de l'entreprise et sera en charge de définir le positionnement, la roadmap, de gérer le budget et donc d'assurer le retour sur investissement des actions menées. Il doit être à la fois à l'aise avec les pratiques et outils marketing : newsletters, réseaux sociaux, vidéo... et prendre en compte ce client à plusieurs têtes ainsi que les codes de la profession. Son objectif est également de coordonner et de communiquer correctement avec ses différents prestataires : agence web, graphiste, standiste, agence de presse... Cela sera par exemple le cas pour la réalisation d'une brochure ou encore la création de visuels. Ce type de poste est une véritable opportunité pour des profils créatifs qui connaissent les rouages de ce secteur. Il reste beaucoup à faire dans la communication et le marketing au sein du Business Travel.

Pendant longtemps, les entreprises du voyage d'affaires ont eu une approche du métier de chargé de communication & marketing plus BtoB que dans le tourisme de loisirs car la cible n'était pas la même, c'est-à-dire l'entreprise cliente, ses voyageurs et les personnes en charge de la réservation. Cette vision change, on assiste actuellement à un marketing plus BtoC tant sur le type de communication que sur les canaux utilisés. En effet, l'objectif est aujourd'hui de mettre en place un discours commercial avant tout à destination des directeurs financiers, acheteurs, Travel Managers sans oublier que le client final est le voyageur, la personne qui réserve. L'utilisateur est souvent prescripteur du choix des entreprises d'où l'intérêt de ne pas l'oublier dans sa communication que l'on soit agence, OB, hébergeur... Le chargé de communication & marketing collabore régulièrement avec les agences de voyages, revendeuses des produits et solutions auprès des entreprises et des voyageurs. Il mettra donc en place des newsletters et montera des événements pour ses partenaires.

Marketing offline et online

Il est au cœur du fonctionnement de l'entreprise, en relation perpétuelle avec les services internes et plus ou moins directement avec

i L'avis d'un ancien élève



ANAÏS LOUCHIE,
CHARGÉE DE COMMUNICATION & MARKETING, AVEXIA VOYAGES

Ce poste couvre, selon la taille et la culture de l'entreprise, de nombreuses fonctions.

Travailler au sein d'une PME me permet d'avoir accès à des missions très variées qui peuvent parfois s'apparenter à de la gestion de projet. Elles consistent principalement au développement de la stratégie de communication (web, réseaux sociaux, web tv), à la recherche de nouveaux partenaires, à la définition et la mise en action de la stratégie marketing ou encore l'organisation d'événements. La richesse de ce métier tient à la diversité des tâches et au développement de certaines qualités telles que l'adaptabilité, l'empathie et la créativité. Tout est à imaginer, c'est ce qui rend le métier passionnant.

les prospects/clients. Il travaille en partenariat avec les commerciaux afin de les assister dans la réalisation de supports d'aide à la vente, avec les chefs de produits afin d'assurer le lancement et la communication des solutions/services, et avec les équipes techniques dans la réalisation de guides utilisateurs. Les missions concernent à la fois le marketing offline et online. Le chargé de communication & marketing travaille sur la rédaction de communiqués de presse, la mise en place d'événements, la gestion du site Internet et des réseaux sociaux. Il connaît parfaitement son offre afin d'être à même de communiquer dessus: tarifs aériens dédiés à la clientèle affaires dans le transport, outils chez un éditeur de solutions technologiques, panel de services offline, de conseil au sein d'une TMC...

Les atouts pour réussir

#1 L'EXPERTISE SECTEUR

Connaissance du marché, compréhension des typologies de relations entre les différents acteurs ainsi que des catalogues de produits et services. Connaissance des besoins clients et des services internes de l'entreprise.

#2 L'EXPERTISE TECHNIQUE

Maîtrise des solutions technologiques spécifiques au domaine du marketing et webmarketing : CMS, réseaux sociaux, outils de newsletters, outils de gestion des événements.

#3 LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Compréhension des besoins clients afin d'assurer la mission. Neutralité et objectivité dans les relations entre les différents partenaires, prestataires, réalisation d'argumentaires...

#4 LES QUALITÉS PERSONNELLES

Bon relationnel, créativité, organisation, flexibilité, qualités rédactionnelles, curiosité.

→ L'essentiel de cette formation...

Cursus :

Bac + 3 à Bac + 5, soit en cursus généraliste commercial soit Bachelor ou MBA Spécialisé International Travel Management à l'ESCAET.

Salaires :

En moyenne 29 K€ annuels en début de carrière (fixe+variable). Évolution assez rapide car les postes permettent d'acquérir une expertise dans différents domaines.

Postes :

Variables en fonction de l'entreprise et du domaine d'expertise mais on retrouve souvent le terme de responsable marketing, relation clients, service clients, service qualité...

à consulter

Retrouvez toutes les informations sur la formation sur : www.escaet.fr

