

AGENCY ACCOUNT DIRECTOR 1/2

DESCRIPTION

L'**Account Director** dans une agence a en charge un portefeuille clients (un ou plusieurs selon la taille du budget) . Il veille à développer et pérenniser la relation client en proposant des solutions d'activation média et hors média en phase avec ses KPIs et contraintes budgétaires.

Son expertise doit être large car il (elle) va de la compréhension des cibles marketing , du secteur d'activité et des problématiques clients en passant par la mise en place opérationnelle d'un plan média comprenant du off line et du on line au service de l'efficacité maximale.

L'account director est la porte d'entrée unique pour le client ; il doit donc animer les différentes expertises et départements pour apporter la meilleure solution possible.

Dans certaines agences médias ,l'account director peut être amené à travailler sur des prospections

Autres appellations

Directeur de clientèle, Directeur Conseil, Directeur associé (selon sa séniorité) , partner .

MISSIONS

- Être le point de contact principal de ses clients et construire une relation de confiance avec ses interlocuteurs
- Développer une connaissance approfondie des problématiques clients / sectorielles
- Être l'ambassadeur des solutions de son entreprise et identifier de nouvelles opportunités de collaboration avec les clients
- Formuler des réponses aux briefs, recommandations stratégiques/tactiques en fonction des KPIs.
- Définir une stratégie annuelle en phase avec les besoins marketing et commerciaux du client ainsi qu'un plan d'actions opérationnel en fonction de l'activation nécessaire.
- Atteindre un objectif commercial et anticiper le revenu réalisé

COMPÉTENCES

- Capacité d'écoute et curiosité
- Autonomie et esprit d'initiative
- Aptitudes relationnelles et commerciales
- Qualité, maîtrise et autorité dans la relation client et avec l'ensemble des partenaires du client (agence de création /sociale/..)
- Sens de l'organisation
- Capacité d'analyse et aptitudes à formuler des recommandations actionnables
- Qualité de présentation et capacité à convaincre
- Sens de la collaboration, capacité à gérer des projets faisant intervenir plusieurs interlocuteurs
- Bonne compréhension des sujets digitaux
- Capacité de synthèse.
- Capacité à manager

AGENCY ACCOUNT DIRECTOR 2/2

FORMATION

Formation : souvent diplôme Bac +5 (Master, Ecole de commerce, CELSA, Science Po)

Provenance : ayant déjà exercé des fonctions similaires en agence média ou en agence de création. Ayant déjà occupé une fonction marketing chez l'annonceur (études ou chef de produit). Pont possible avec les métiers marketing et commerciaux en régie.

DÉBOUCHÉS

Possibilité d'évoluer vers des fonctions marketing ou médias plus spécialistes digitales chez l'annonceur (Digital Manager, Social Media Manager...), en régie publicitaire (Sales Manager) ou en cabinet de conseil (consulting techno / ou généraliste)

TESTIMONIAUX

5 ans d'expérience /3 ans /3 ans

Valeur ajoutée de la fonction : "Ce rôle permet une culture 360 et un métier où on apprend tous les jours"

Une journée type : "le client, le réseau , encore le client , les centres experts , je ne m'ennuie jamais "

Votre job idéal dans 1 an : " la place de mon chef , une évolution à l'international "

20 ans / 1 an/1 an

Valeur ajoutée de la fonction : "Être confrontée à des problématiques business et marketing extrêmement variées au rythme de son portfolio de clients et des secteurs d'activité sur lesquels ils opèrent "

Une journée type : une réunion clients , des rédactions de recommandations et la capacité à faire fonctionner les expertises métiers au sein de l'agence.

Mon job idéal : une direction marketing chez un annonceur dans un secteur qui me plaît et sur lequel j'ai de l'expérience : l'entertainment .