



Chargé de New Business

CHARGÉ DE DÉVELOPPEMENT

+ Missions

Le Chargé de New Business a pour mission de développer le portefeuille clients et d'identifier de nouvelles opportunités commerciales. Il prospecte des clients potentiels, analyse leurs besoins et conçoit des solutions adaptées. Il collabore avec les équipes commerciales, marketing, créatives et le planning stratégique pour structurer les propositions et acquérir de nouveaux clients. Il participe à la réponse aux appels d'offres et à la négociation des contrats.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable développement commercial

Business Developer

Responsable acquisition de clients

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Identifier les opportunités de développement commercial en analysant le marché, en assurant une veille concurrentielle et en repérant les tendances émergentes pour adapter l'offre/la solution et la stratégie commerciale.
- Acquérir de nouveaux clients en ciblant les prospects, en adoptant une approche multicanale et personnalisée. Élaborer des offres/des solutions adaptées en lien avec les équipes créatives et marketing, en fonction des besoins identifiés, en cohérence avec les enjeux, budget et l'image de marque des prospects, ainsi que la politique de l'entreprise.
- Répondre aux appels d'offres en identifiant, analysant et rédigeant des réponses en lien avec les équipes marketing et créatives, en veillant à la cohérence avec le budget, au cahier des charges à satisfaire et à la politique de l'entreprise. Assurer la restitution de la réponse en soutenance auprès des acheteurs et de la direction générale.
- Négocier et conclure les contrats en préparant des propositions tarifaires, en pilotant les discussions commerciales et en finalisant les accords dans une logique gagnant-gagnant.

Compétences clés requises

▼ Mener une veille et documentation

- Identifier de nouvelles opportunités de développement commercial en fonction des besoins du marché et des appels d'offres en cours.
- Assurer une veille stratégique et concurrentielle pour anticiper les tendances du marché publicitaire.

▼ Contribuer au développement commercial

- Rédiger des offres commerciales adaptées aux besoins des annonceurs et à la politique de l'entreprise
- Construire et entretenir un réseau de prospects stratégiques en exploitant des canaux de prospection variés.

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Analyser les besoins des clients et ajuster les prestations pour assurer leur satisfaction et leur fidélisation.

▼ Négocier, acheter, vendre

- Mener des négociations commerciales efficaces pour conclure des contrats et assurer la rentabilité des collaborations.
- Utiliser les outils digitaux et la data pour améliorer la stratégie de prospection et optimiser le taux de conversion.

▼ Piloter un projet

- Travailler en transversalité avec les équipes internes (notamment marketing, créatives et le planning stratégique) pour structurer des offres/propositions commerciales cohérentes et adaptées aux besoins du client.
- Animer les équipes impliquées dans la réponse aux appels d'offres et assurer la cohérence globale de la restitution.

Autres compétences

Savoirs

- > Relation clients
- > Communication orale
- > Stratégie
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Exploitation des outils de CRM
- > Techniques de vente
- > Négociation
- > Outils de veille
- > Réglementaire
- > Culture multimedia

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve de réactivité
- > Faire preuve de curiosité
- > Gérer son stress

Tendances d'évolution du métier

L'essor des outils de data et d'automatisation transforme la prospection commerciale facilitant la mise en place d'une démarche personnalisée auprès des prospects. La montée en puissance de l'IA permet d'optimiser la réponse aux appels d'offre. Le volet RSE prend également une importance croissante dans les appels d'offre, obligeant les chargés de new business à intégrer cette dimension.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Commercial
- Conseiller commercial
- Chef de projet
- Directeur des études
- Planneur stratégique
- Directeur de la création
- Directeur artistique
- Responsable Administration des Ventes

En externe

- Prospects et annonceurs
- Clients
- Partenaires commerciaux
- Prestataires et sous-traitants

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en école de commerce, marketing ou communication

Expériences recommandées

- > Une première expérience en développement commercial, de préférence dans les secteurs de la publicité, du marketing ou des médias est appréciée pour entrer dans le métier.

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

Chargé de New Business

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Directeur Marketing et Communication

Conseiller commercial

EVOLUTIONS POSSIBLES