

L'externalisation marketing : les bonnes compétences au bon moment

Un bon marketing est un facteur clé de succès pour une entreprise, mais il est souvent négligé ou peu optimisé par faute de temps, de ressources ou de compétences.



Aujourd'hui, l'externalisation marketing est une réponse apportée aux entreprises, au même titre que l'externalisation des RH, de la comptabilité, de la paie, de l'informatique et même de la force de ventes. La question du "faire" ou du "faire faire" est un enjeu stratégique pour une PME. Je vous explique dans cette chronique ce qu'est le marketing externalisé, à qui il s'adresse et les avantages et les inconvénients de cette organisation.

Le service marketing externalisé s'adresse à plusieurs typologies d'entreprises. Tout d'abord, sont concernées les sociétés qui ont des besoins récurrents en marketing mais qui n'ont pas les moyens de recruter une ressource à plein temps. Il est également adapté pour les entreprises qui ont déjà un service marketing mais qui ont ponctuellement besoin de ressources supplémentaires du fait de l'arrivée de nouveaux projets, d'une surcharge de travail, du remplacement d'un collaborateur, etc. Enfin, il peut s'agir des entreprises auxquelles il manque une compétence-clé en interne.

Avantages et inconvénients d'un marketing externalisé

On dénombre de nombreux avantages, dont voici les quatre principaux.

Premièrement, **le coût** : le marketing externalisé représente un potentiel d'économie entre 50 % et 70 % vs l'embauche d'un collaborateur, pas de charges sociales, ni de frais de recrutement. Le responsable marketing externe ne rentre pas dans la masse salariale et la formule autorise un ajustement dans le temps grâce à une collaboration plus souple qu'un recrutement.

Deuxième avantage, **la flexibilité** : une souplesse organisationnelle permet d'utiliser le marketing externalisé à certaines périodes de l'année et moins à d'autres, en fonction de l'activité de votre entreprise, avec l'arrêt de la prestation à tout moment.

Troisième avantage, **l'opérationnalité** est immédiate avec les compétences-clés d'un responsable marketing expérimenté.

Enfin, quatrième avantage, une **vision externe et objective** permet de prendre du recul et avoir une autre vision externe sur l'entreprise permet souvent de prendre les bonnes décisions et de contourner cette fameuse solitude du dirigeant.

Par ailleurs, le temps des équipes s'en trouve optimisé car chacun retourne à son cœur de métier.

Toutefois l'externalisation en entreprise n'est pas une démarche sans risques. C'est pourquoi il est très important d'évaluer ses intérêts et de connaître ses inconvénients avant de se lancer dans une telle action.

Les inconvénients ? Ils sont également à prendre en compte comme la crainte d'une fuite de données confidentielles, la perte de maîtrise de l'image de l'entreprise, un manque d'information et de transparence, l'incompréhension de vos collaborateurs-salariés à l'arrivée d'un prestataire (facteur psychologique) ou encore le risque de perte de compétences au sein de l'entreprise.

Mon conseil :

Comme dans toute organisation, il y a donc des avantages et des inconvénients. Prenez le temps de bien définir votre situation et vos besoins. Avant de vous engager dans l'externalisation, il est primordial d'échanger avec votre prestataire. Les étapes à suivre :

- Lancer un appel d'offres et faire le choix le plus pertinent pour votre entreprise et le plus rassurant pour vous, dirigeant.

- Établir un cahier des charges précis et évolutif tant pour votre entreprise que pour le prestataire de services.

- Mettre en place un contrat qui encadrera ce cahier des charges et des outils de contrôles qualitatifs et quantitatifs.

Enfin, vous devez impérativement traiter avec un prestataire qui s'engage contractuellement, à la fois sur la confidentialité et sur la protection de vos données.

MARKETING PLUS REUNION
marketing • ventes • développement



Audrey Layemar Cabooter
Fondatrice de Marketing Plus Réunion
Agence de Marketing / Ventes pour développer
les ventes des produits agroalimentaires
à La Réunion et dans l'Océan Indien
Courriel : contact@marketing-plus.re