

L'EXTERNALISATION MARKETING : UNE SOLUTION SIMPLE ET EFFICACE POUR LES PME

Pour nombre de PME, le marketing est considéré comme un luxe et se retrouve donc souvent placé au second plan. Considérant qu'elles n'ont pas les moyens d'engager un responsable marketing, elles laissent souvent de côté cet aspect de leur communication alors même qu'il est essentiel. Pour optimiser leur développement, certaines d'entre elles s'inspirent depuis quelques années de leurs homologues américaines en ayant recours à l'outsourcing ou externalisation.

L'externalisation marketing : qu'est-ce que c'est ?

L'externalisation marketing est un modèle de gestion stratégique par lequel une entreprise confie une partie de ses activités à un partenaire extérieur. Elle a ainsi recours aux services d'une autre entreprise à laquelle elle transfère une fonction nécessaire à son activité, plutôt que de l'assurer en interne. Réalisée par des experts, alliant les compétences et les atouts de tous les professionnels du marketing, cette solution dépasse le simple contrat de sous-traitance.

« Pour l'entreprise, externaliser, c'est créer une nouvelle forme d'organisation destinée à optimiser son activité. »

L'externalisation marketing : un concept low cost ?

Plutôt une solution 100% rentable. Pour les PME, un des premiers avantages de l'externalisation est, bien sûr, son faible coût par rapport à l'embauche d'un responsable marketing. Cela représente en effet un gain de 50 à 70 % par rapport à salariat classique.

Choisir l'externalisation leur garantit ainsi une maîtrise de leur budget : elles font appel à un

spécialiste seulement au moment où elles en ont le besoin et les moyens.

Si l'externalisation est indéniablement une solution peu coûteuse, ce n'est pas son seul avantage. Elle permet en effet à l'entreprise de profiter des compétences d'un intervenant extérieur et d'accéder à des ressources et à des aptitudes spécifiques.

« En choisissant l'externalisation, l'entreprise confie la gestion de son marketing à un expert et peut ainsi se focaliser sur son cœur de métier, améliorer ses compétences et devenir plus concurrentielle. »

L'externalisation marketing : juste une solution ponctuelle ?

Pas seulement. Solution simple et rapide, l'externalisation repose sur des actions adaptées aux besoins et aux objectifs de l'entreprise, qu'ils soient ponctuels ou inscrits dans la durée. Flexible et sans contrainte administrative, l'externalisation se caractérise par sa souplesse permettant aux PME de bénéficier de solutions sur-mesure identifiant leurs attentes réelles et répondant à des objectifs précis.

« L'externalisation offre donc la possibilité de profiter de prestations à la carte répondant à des besoins exceptionnels ou permettant la mise en place d'actions régulières. »

L'externalisation marketing : une affaire de professionnels ?

Bien sûr. Solution modulable, l'externalisation permet aux entreprises de collaborer efficacement avec des partenaires spécialisés et qualifiés. Elles bénéficient ainsi du service d'experts pouvant rapidement prendre en main les activités qu'elles souhaitent déléguer, élaborer des diagnostics et proposer des solutions efficaces.

« L'externalisation leur offre l'opportunité de faire intervenir des professionnels à forte valeur ajoutée ayant une connaissance approfondie des outils disponibles pour optimiser leurs performances. »

L'externalisation marketing : une démarche de substitution à l'embauche de salariés ?

C'est surtout une alternative stratégique. Véritable ressource extérieure qui partage leurs projets et intègre leurs particularités, l'externalisation s'adapte aux besoins des entreprises.

« Elle les aide à gérer des événements importants, elle leur permet de déléguer certaines de leurs actions et de se recentrer sur leur cœur d'activité et améliore ainsi leurs projets et leurs services. »

Mais si cette solution supprime des contraintes liées à l'embauche, elle ne se substitue pas, pour autant, aux salariés. En effet, une externalisation n'est réussie que si elle est inscrite dans une démarche participative faisant de l'intervenant extérieur un membre de l'entreprise.

Parce qu'il se déplace sur le terrain, celui-ci est régulièrement présent dans l'entreprise et s'assimile ainsi facilement aux membres du personnel. Instaurant une mixité des compétences au sein des équipes, l'externalisation ne s'inscrit pas dans une logique de concurrence mais de partenariat.

A propos de Waygö

Waygö est une régie marketing spécialisée dans l'externalisation du marketing qui conseille et accompagne les entreprises dans le développement de leurs parts de marché, la promotion de leur activité et la fidélisation de leur clientèle. Pour plus d'informations : www.waygo.fr/

Pour répondre à toutes vos questions et pour vous proposer des solutions rapides et efficaces d'externalisation marketing, Waygö est à votre service www.waygo.fr.

Avec la collaboration d'allWrite, société spécialisée dans le rédactionnel à destination des professionnels.