



Département Communication de l'AFD – **Prestation marketing et communication B2B**

Type de contrat : Prestation de service

Durée : 6 mois (renouvelable)

Termes de référence

Présentation de l'AFD :

Le groupe AFD contribue à mettre en œuvre la politique de la France en matière de développement et de solidarité internationale. Composé de l'Agence française de développement (AFD), en charge du financement du secteur public et des ONG, de la recherche et de la formation sur le développement durable, de sa filiale Proparco, dédiée au financement du secteur privé, et d'Expertise France, agence de coopération technique, le Groupe finance, accompagne et accélère les transitions vers un monde plus juste et résilient.

Nous construisons avec nos partenaires des solutions partagées, avec et pour les populations du Sud. Nos équipes sont engagées dans plus de 4 000 projets sur le terrain, dans les Outre-mer, dans 115 pays et dans les territoires en crise, pour les biens communs – le climat, la biodiversité, la paix, l'égalité femmes-hommes, l'éducation ou encore la santé. Nous contribuons ainsi à l'engagement de la France et des Français en faveur des Objectifs de développement durable (ODD). Pour un monde en commun.

L'ensemble des informations relatives à l'AFD, notamment sa charte éthique que le prestataire est fortement invité à lire, est accessible sur le lien suivant : www.afd.fr

Le contexte :

Dans un contexte de l'accroissement de l'activité marketing à l'AFD, le pôle marketing de l'AFD recherche un(e) consultant(e) en marketing et en communication B2B pour prendre en charge des productions à destination de notre clientèle (marketing opérationnel et communication) et contribuer aux réflexions stratégiques ayant trait au positionnement de l'AFD et à l'offre de service marketing (marketing stratégique).

La mission :

Le cabinet qui sera retenu aura pour mission d'intervenir sur deux plans :

1- Marketing opérationnel et communication

1. Tester et adapter la démarche de déploiement d'un nouveau produit (élaborée sur le plan stratégique, cf ci-dessous) sur un à deux produits différents
 - Livrables attendus : modalités et résultats du test, présentation et réalisation des modifications éventuelles à mener sur la démarche
2. Contribuer à la création d'une page dédiée aux ODD et à l'impact sur le site afd.fr
 - Livrables attendus : recommandations sur le contenu, rédaction de certains contenus le cas échéant
3. Contribuer à la création du « comité benchmark marketing » :
 - Livrables attendus : relecture des supports, support de communication autour de la mise en place du comité à destination de ses membres et des collaborateurs internes
4. Contribuer à la refonte de notre espace marketing sur LaRuche :

- Livrables attendus : article de présentation de l'espace auprès des collaborateurs internes, identifier les contenus pouvant être poussés régulièrement en prenant en compte le ratio effort/gain, proposer des modèles de pushmail prêts à l'emploi

2- Marketing stratégique

1. Contribuer à décliner le plan d'orientation stratégique du Groupe AFD (POS V) en objectifs stratégiques marketing (cf. [Plan d'orientation stratégique du Groupe AFD 2025-2030 \(POS V\) | AFD - Agence Française de Développement](#))
 - Livrables attendus : slides de présentation, un plan d'action macro 2025-2030, un plan d'action détaillé 2025-2026 sur 1 axe du POS et contribution sur les 3 autres axes et les axes transverses (relecture, production, mise en valeur des messages)
2. Développer une méthode pour déployer les nouveaux produits financiers et extra financiers du Groupe AFD en interne et en externe :
 - a. Livrables attendus : proposition de démarche et d'outils prêts à l'emploi adaptables aux types de produits (prêt, garantie, subvention, fonds). La démarche devra à la fois appuyer la diffusion et la connaissance des produits en interne et la mise en avant auprès de la cible de prospects concernés.
3. Créer des fiches personas à partir des cibles marketing déterminées sur afd.fr
 - a. Livrables attendus : fiches personas (1 à 2 par cible identifiée). Le travail s'effectuera en lien avec GEO, SDD et le réseau d'agence.

La liste des livrables ci-dessus n'est pas exhaustive : cette liste représente les livrables attendus à minima et peuvent évoluer en fonction des priorités attribuées à l'équipe et du cadrage du sujet au démarrage. Par ailleurs, si le cabinet souhaite proposer des éléments additionnels cela pourra être construit durant la phase de cadrage.

Un calendrier précis des principales échéances sera bâti avec le cabinet et l'équipe marketing qui commande cette prestation.

Lieu/dates de la mission :

- 1) Lieu d'exécution des prestations :

Mission mixte présentielle (au siège de l'AFD - 5 rue Roland Barthes, Paris 12e) et à distance, à ajuster selon les besoins.

A distance, une connexion haut débit est indispensable. Un PC est mis à disposition par l'AFD.

- 2) Durée et dates souhaitées du contrat :

Octobre 2025 à mars 2026 (88 jours de consultance à répartir sur 6 mois).

Possibilité de renouveler la consultance par période de 6 mois jusqu'à fin 2028.

Profil du candidat :

- Bac +5 école de commerce, université ou IEP idéalement en marketing ou en communication
- Expérience de plus de 2 ans en marketing/communication, idéalement dans un environnement B2B
- Excellentes compétences en analyse de données et en utilisation des outils de marketing avec une bonne maîtrise des canaux de diffusion web et réseaux sociaux
- Capacité de gestion de projets transversaux et de coordination d'interlocuteurs variés
- Compétence en animation de communautés
- Excellentes compétences rédactionnelles
- Excellentes compétences en communication, à l'oral comme à l'écrit, en français et en anglais
- Très bonne maîtrise des outils du pack Office (Word, PPT et Excel)
- Connaissance des secteurs de la finance, banque et développement durable

- Une connaissance du secteur public serait un plus