



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

## Planneur stratégique

### +△ Missions

Le Planneur Stratégique analyse et cherche à comprendre les tendances sociétales, les comportements et aspirations des consommateurs et les dynamiques de marché pour orienter les stratégies de communication et de marque. Il transforme les résultats d'études en recommandations créatives et stratégiques pour guider les campagnes publicitaires.

#### AUTRES APPELLATIONS :

Chargé d'études

Strategic Planner

Social media planner

#### SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

#### SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

## Principales activités

- Identifier des tendances et insights consommateurs : analyser des évolutions sociétales, des attentes des consommateurs et des signaux faibles pour alimenter les stratégies de marque et les recommandations clients.
- Élaborer des stratégies de communication et de positionnement : définir des axes stratégiques des campagnes en s'appuyant sur des études qualitatives et quantitatives, des benchmarks et des analyses de marché.
- Concevoir des briefs créatifs et recommandations sur la base des insights et tendances identifiés et structurés : formaliser des briefs à destination des équipes créatives, en garantissant la cohérence entre les objectifs stratégiques et les concepts développés.
- Accompagner les équipes commerciales et créatives dans l'appropriation des briefs et recommandations : appuyer les équipes en phase de réflexion stratégique, d'argumentation client et de justification des choix créatifs à travers des données et des insights pertinents.
- Participation au processus de vente et de négociations, notamment dans la réponse à appel d'offres, la construction du pitch stratégique et créatif et la restitution écrite et orale devant les clients ou annonceurs, en articulation avec les équipes commerciales et créatives
- Suivi de la campagne de communication ou de création et de ses indicateurs, en lien avec l'ensemble des équipes en interne et avec le client pour analyser les résultats au fil de l'eau, confronter les livrables aux insights et proposer des ajustements

## **Compétences clés requises**

### ▼ Réaliser des études

- Analyser des tendances et comportements consommateurs pour identifier des clés de lecture pertinentes et nourrir les stratégies de marque.

### ▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Définir des axes stratégiques et des positionnements différenciants en s'appuyant sur des études, des benchmarks et des analyses de marché.
- Accompagner et convaincre les équipes internes et les clients en argumentant les recommandations stratégiques à partir de faits et d'analyses.

### ▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Rédiger des briefs créatifs clairs et inspirants pour orienter les équipes dans le développement des campagnes publicitaires.
- Synthétiser des données complexes et formuler des recommandations stratégiques adaptées aux enjeux des annonceurs et des agences.

### ▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille active sur les innovations marketing, publicitaires et sociétales pour anticiper les évolutions du marché et adapter les stratégies.
- Suivre les tendances en matière de nouvelles méthodologies d'analyse, des tendances publicitaires et des innovations marketing pour anticiper les évolutions du marché.

### ▼ Contribuer au développement commercial

- Fournir aux équipes en charge de l'acquisition de nouveaux clients des tendances de marché, des recommandations
- Participer à l'écriture de propositions commerciales en collaboration avec les équipes commerciales et créatives
- Participer à des soutenances commerciales et présenter un pitch stratégique sur les éléments clés du marché de l'annonceur
- Contribuer à la fidélisation et au développement de la relation-client, en lien avec les équipes commerciales

### ▼ Superviser une campagne de communication

- Suivre les performances des campagnes publicitaires sur la base des indicateurs définis et restitution de synthèses au client et aux équipes en interne
- Utiliser des outils de suivi et d'analyse pour mesurer l'efficacité des actions et ajuster les stratégies en fonction des résultats obtenus.

## **Autres compétences**

### Savoirs

- > Marketing
- > Management stratégique
- > Management opérationnel
- > Analyse de données
- > Relation clients
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils d'analyse et de tracking

### Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Avoir le sens du service

## **Tendances d'évolution du métier**

Les réseaux sociaux et les nouvelles technologies sont au cœur du métier, en tant que sujets à analyser comme d'outils d'aide à l'analyse, la collecte de données ou encore à la rédaction.

## Environnement de travail et interlocuteurs

### En interne

- Directeur des études
- Directeur de Clientèle
- Consultant Média
- Chef de projet
- Directeur de la création
- Directeur artistique
- Concepteur Rédacteur
- Graphiste
- Data Scientist
- Data Analyst
- Expert media

### En externe

- Clients et annonceurs
- Médias
- Régies
- Plateformes

## Profil souhaité

### Formations recommandées

Formation Bac+5 en communication, marketing, sociologie, sciences politiques ou stratégie d'entreprise

### Expériences recommandées

- > Le métier de Planneur stratégique junior est accessible en alternance ou après une première expérience en stage. Le métier de Planneur stratégique confirmé est accessible après une expérience de 3 à 5 ans en tant que junior ou sur des fonctions commerciales ou créatives