



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Chef de publicité

Missions

Le chef de publicité coordonne et supervise la vente des produits (campagnes publicitaires, espaces publicitaires) pour répondre aux objectifs de ses clients. Interlocuteur privilégié des clients, il est l'interface entre eux et toutes les équipes impliquées, internes et externes. Il gère les budgets, négocie avec les prestataires et les clients et veille au respect des délais et des attentes de qualité. Il travaille sous l'encadrement d'un directeur ou responsable de clientèle.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable de compte publicitaire

Chargé de projet publicitaire

Consultant junior publicité

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier cœur

Principales activités

- Participer à l'identification des besoins clients et de la stratégie à mettre en œuvre pour y répondre, en lien avec son directeur de clientèle et les équipes (études, créatives, techniques)
- Organiser les campagnes publicitaires en partant des besoins du client et du brief du directeur commercial, et en assurer le suivi. Piloter la mise en place des campagnes, transmettre les informations et coordonner les équipes créatives et techniques
- Gérer de la relation client en se positionnant comme le principal interlocuteur, et identifier des solutions à même de répondre aux problématiques clients rencontrées tout au long du projet
- Organiser des présentations régulières des résultats de la campagne, en procédant à des ajustements de la campagne en fonction des retours clients
- Assurer le suivi budgétaire et administratif de la campagne : gestion des budgets publicitaires, suivi des dépenses et production de rapports d'efficacité et de rentabilité
- Analyser la performance des campagnes : évaluation des résultats des campagnes publicitaires à l'aide d'indicateurs clés, réalisation de bilans et proposition d'ajustements pour améliorer les performances.
- Organiser le suivi des campagnes et assurer le reporting auprès du client : Assurer l'interface avec tous les intervenants sur les campagnes et un contact régulier avec les clients pour présenter les résultats et ajuster les campagnes selon les retours.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Participer à élaborer le concept créatif d'une campagne de communication au sein d'une équipe pluridisciplinaire
- Analyser les besoins et demandes d'un client pour proposer une offre adaptée

▼ Piloter un projet

- Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet
- Analyser un tableau de bord, des indicateurs pour mesurer la performance des opérations menées et vérifier l'atteinte des objectifs
- Définir, suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et de la prestation vendue

▼ Superviser une campagne de communication

- Etablir un reporting formalisé et régulier des avancées du projet à communiquer au client
- Présenter des éléments de campagne et des résultats intermédiaires au client
- Procéder aux ajustements nécessaires ou demandés par le client pour adapter la campagne et ses résultats escomptés

▼ Négocier, acheter, vendre

- Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client, un prestataire ou un autre service de son entreprise en identifiant son principal enjeu, en évaluant le rapport qualité-prix et en préparant ses arguments
- Développer une offre commerciale dans le respect des conditions générales de vente, des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par les équipes dédiées et de l'intérêt de ses clients

▼ Contribuer au développement commercial

- Fidéliser son portefeuille de clients à travers la réussite du projet et la satisfaction client, et le maintien de contact à la suite des projets

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Vente et négociation commerciale
- > Tendances marché publicitaire
- > Relation clients
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Négociation
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Achats
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > 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
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

La digitalisation des campagnes impose une maîtrise accrue des outils analytiques et numériques. Le métier doit également s'adapter à des exigences accrues en termes de responsabilité environnementale et sociale.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Planneur stratégique
- Directeur de Clientèle
- Directeur Commercial
- Data Scientist
- Chef de Fabrication
- Traffic Manager
- Directeur artistique
- Concepteur Rédacteur
- Graphiste
- Directeur de la création
- Chef de projet

En externe

- Partenaires
- Régies
- Fournisseurs

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en commerce ou gestion ou en communication ou marketing

Expériences recommandées

- > Une première expérience en marketing, communication, en agence ou en régie (y compris en alternance ou en stage) est appréciée pour entrer sur le métier

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

Chef de publicité

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Brand content manager

ÉVOLUTIONS POSSIBLES