



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Consultant Média

Missions

Le consultant média conçoit et met en œuvre les stratégies publicitaires adaptées aux objectifs client. Il est le principal interlocuteur du client et s'assure de la bonne qualité du brief. Il élabore la stratégie media de son client en s'appuyant sur le département études pour décrypter le marché et qualifier l'audience cible au regard des enjeux client, et les experts media pour la mise en œuvre, le suivi et l'optimisation du dispositif opérationnel media.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de clientèle

Account manager

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences média

Principales activités

- Élaborer la stratégie média en réponse aux enjeux client, aux objectifs et KPIs définis, en identifiant les cibles et en optimisant le budget alloué, tout en collaborant avec les acteurs du marché publicitaire pour maximiser l'efficacité des campagnes.
- Transmettre la stratégie média validée aux équipes en charge de l'élaboration du dispositif média (études, achat média) et s'assurer de sa bonne déclinaison en vérifiant les indicateurs, cibles, visuels et budget.
- Lancer la campagne en coordonnant la réception des devis signés, la validation des formats des créations avant programmation et la mise en place du tracking pour mesurer la performance.
- Animer et coordonner les équipes tout au long de la campagne, de la production d'insights par les équipes études à l'implémentation de la stratégie par les experts média.
- Réaliser le bilan de campagne et présenter au client les résultats et enseignements, notamment dans la valorisation de l'optimisation budgétaire.

Compétences clés requises

▼ Réaliser des études

- Recueillir et analyser des données, en interne ou en externe, pour alimenter la stratégie média, affiner le besoin client ou réaliser un bilan de la campagne
- Réaliser des études d'efficacité publicitaire pour évaluer la contribution des différents leviers media activés au business ainsi que les convergences entre media.

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Recueillir et analyser les besoins du client en prenant en compte ses objectifs, cibles, son cadre budgétaire et messages publicitaires disponibles
- Traduire les objectifs en KPIs pour rendre la stratégie média la plus efficace possible.
- Solliciter les équipes études/planning stratégique et les équipes expertises media pour décliner de façon opérationnelle la stratégie média.

▼ Piloter un projet

- Orchestrer le projet auprès des équipes métiers intervenantes et assurer son déploiement opérationnel.
- Planifier les étapes clés du cahier des charges du projet en intégrant les délais impartis, les exigences du client, les actions à mener et les budgets attribués pour construire le workflow et son planning d'action
- Animer et suivre l'avancement des tâches attribuées pour respecter le rétroplanning du projet.

▼ Superviser une campagne de communication

- Construire le brief de la campagne en partenariat avec le client (objectifs, KPI, ciblage, période, budget)
- Partager le brief auprès des équipes expertise et définir un délai de restitution du dispositif pluri média.
- Construire le dispositif media, suivre et proposer des optimisations selon les performances observées

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Collecter et analyser les données quantitatives et qualitatives côté client et en interne
- Mobiliser les données pour qualifier les objectifs à atteindre, identifier les audiences à cibler et les insights marché et consommateur nécessaires à la réflexion stratégique media.
- Interpréter les résultats de la campagne pour en tirer des enseignements et les mettre en perspective dans le cadre du bilan de campagne
- Contrôler la déclinaison de la stratégie en dispositif média et s'assurer de la bonne traduction des objectifs en indicateurs à atteindre (KPIs)
- Analyser un tableau de bord des indicateurs pour suivre, mesurer et optimiser la performance d'une campagne publicitaire
- Réaliser un suivi et établir un bilan sur la base d'un tableau de bord média global ou d'une batterie d'indicateurs avec les outils approprié

Autres compétences

Savoirs

- > Culture média
- > Réseaux sociaux
- > Data et Nouvelles technologies
- > Relation clients
- > Gestion budgétaire
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils de planification/médiaplanning
- > Plateformes d'achat d'espace
- > DSP
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Analyse de la performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Sens aigu du relationnel
- > Travailler en équipe
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > 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 créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le métier évolue avec l'intégration de l'intelligence artificielle dans la gestion des campagnes, le développement du programmatique et l'importance croissante des plateformes digitales face à la fragmentation des audiences. Le métier s'adapte également à l'évolution des écosystèmes médias et leurs fonctionnalités.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de Clientèle
- Planneur stratégique
- Data Scientist
- Expert media
- Expert Programmatique
- Traffic Manager
- Data Analyst

En externe

- Clients
- Régies publicitaires
- Institut d'études et d'efficacité publicitaire

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en communication, marketing ou publicité

Expériences recommandées

- > Le métier de consultant média peut constituer une porte d'entrée en agence, pour un jeune diplômé

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

Consultant Média



Brand content manager

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES

