



PRODUCTION OPÉRATIONNELLE DU MATÉRIEL DES CAMPAGNES

Directeur de la production

Missions

Le directeur des opérations coordonne et supervise l'ensemble des opérations de production publicitaire, en veillant au respect des délais, des budgets et des normes de qualité, garantir la fluidité entre les équipes de création, de production et les prestataires externes, optimiser les processus et outils pour améliorer l'efficacité et réduire les coûts et optimiser la marge. Il a la charge de piloter la gestion des risques liés à la production et d'assurer la gestion des imprévus. Il gère le déploiement des opérations auprès des équipes opérationnelles et marketing.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable de la chaîne de production publicitaire

Responsable des opérations techniques

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Réaliser la planification stratégique des productions : définir les priorités, structurer les équipes et s'assurer de la cohérence avec les objectifs des campagnes et accompagner et soutenir l'appropriation et la mise en œuvre de nouvelles technologies et de nouvelles pratiques métier au sein des équipes
- Gérer les ressources : mobiliser les moyens humains, techniques et financiers nécessaires à chaque projet, identifier et planifier les investissements, opérer le contrôle budgétaire des activités sous sa responsabilité.
- Déployer une stratégie d'amélioration continue en suivant les KPIs (indicateurs) de performance, proposer des plans d'amélioration et piloter la transformation digitale des processus internes.
- Superviser les productions : s'assurer du bon déroulé des opérations (délais, contraintes techniques), contrôler la qualité des productions et veiller à leur conformité avec les attentes des clients.
- Coordonner les équipes et garantir la fluidité des projets : Assurer l'interface entre les départements créatifs, techniques, commerciaux et clients pour fluidifier la gestion des campagnes et prévenir les blocages.
- Garantir la conformité et le respect des normes : Veiller à l'application des réglementations en vigueur (RGPD, droits d'auteur, normes publicitaires) et des engagements RSE de l'entreprise

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Jouer un rôle de guide dans la conduite des opérations et l'amélioration continue des pratiques et des méthodes de travail pour gagner en efficacité et en qualité

▼ Manager et organiser une équipe

- Gérer les équipes de production et assurer une coordination et une planification globales interdisciplinaire afin de rendre les processus de production fluides et efficaces.

▼ Superviser une campagne de communication

- Piloter la planification des travaux et l'allocation des ressources afin de s'assurer que l'ensemble des productions se réalisent selon les plannings et contraintes imposés par les clients pour les campagnes.

▼ Appliquer un cadre juridique ou réglementaire

- Connaître les réglementations liées à la production publicitaire et veiller à les faire respecter au sein de ses équipes et par ses prestataires
- Assurer le respect des engagements RSE de l'entreprise dans la production des opérations publicitaires

▼ Négocier, acheter, vendre

- Piloter le réseau de prestataires et partenaires liés à la production : sélection, négociation, contractualisation, pilotage de la relation commerciale

▼ Mener une veille et documentation

- Identifier les innovations qui peuvent trouver des applications dans le domaine de la production publicitaire et piloter leur qualification puis leur déploiement au sein des équipes de production si elles présentent un intérêt.

▼ Piloter un projet

- Assurer la coordination entre les équipes internes, le client et les prestataires sur un projet

Autres compétences

Savoirs

- > Stratégie
- > Management stratégique
- > Management opérationnel
- > Production audiovisuelle
- > Production et reproduction graphique
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Réglementaire
- > Planification et outils de planification
- > CRM
- > Achats
- > Outils de création graphique

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
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le métier évolue avec l'intégration de technologies numériques comme l'IA et l'automatisation, nécessitant une adaptation rapide à ces innovations. La durabilité devient un enjeu clé, avec une pression croissante pour réduire l'empreinte écologique des productions. Le Directeur des opérations a un rôle moteur dans la prise en compte de ces nouveaux outils et enjeux.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de Clientèle
- Chef de projet
- Chef de Fabrication
- Responsable de production
- Responsable logistique
- Directeur Commercial
- Responsable RSE
- Responsable Innovation
- Chief Technical Officer (CTO)

En externe

- Prestataires
- Clients

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en gestion de projet, commercial, création artistique, management

Expériences recommandées

- > Expérience confirmée (7-10 ans) en production publicitaire ou gestion de projets complexes.

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

Directeur de la production

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Trafic création

Chef de Fabrication

EVOLUTIONS POSSIBLES