



DÉPLOIEMENT LOGISTIQUE DES CAMPAGNES ET EXPLOITATION DU PATRIMOINE (OOH/DOOH)

Chargé de diffusion et gestion des campagnes



Missions

Le Chargé de diffusion et gestion des campagnes est responsable de la mise en place, du suivi et de l'optimisation des campagnes publicitaires sur les différents canaux de diffusion. Il assure la bonne exécution des campagnes en fonction des contraintes techniques, des objectifs de performance et des engagements contractuels avec les annonceurs.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de Trafic Publicitaire

Responsable Ad Operations

Chargé de diffusion digitale

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier cœur

Principales activités

- Gérer les inventaires publicitaires et optimiser des espaces sur chaque support de diffusion
- Mettre en place et paramétrer les campagnes publicitaires : Réceptionner les assets (visuels, vidéos, messages), paramétrer les campagnes sur les plateformes ad servers et DSP en veillant à la bonne intégration des trackers et à la cohérence des formats.
- Suivre et optimiser les performances des campagnes : Analyser les performances des campagnes (audience, taux d'impression, taux de clics, conversion), ajuster les paramètres de diffusion et proposer des recommandations pour maximiser l'efficacité.
- Assurer la coordination avec les annonceurs et partenaires : Assurer une communication fluide avec les agences et annonceurs, fournir des bilans de campagne et s'assurer du respect des contraintes techniques et contractuelles.
- Gérer les incidents et identifier les leviers permettant la résolution de problèmes : Détecter et corriger les anomalies techniques de diffusion (erreurs de tracking, formats non conformes, décalage dans les volumes d'impressions), en lien avec les équipes techniques.
- Procéder à une veille technologique et des évolutions sectorielles : Se tenir informé des innovations dans le domaine de la publicité programmatique et des nouvelles réglementations relatives à la diffusion publicitaire.

Compétences clés requises

▼ Superviser une campagne de communication

- Gérer les inventaires publicitaires
- Analyser les performances d'une campagne publicitaire et proposer des ajustements

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Recueillir et analyser les besoins d'un client en prenant en compte ses objectifs
- Conseiller le client et lui réserver des espaces publicitaires de façon optimale

▼ Piloter un projet

- Collecter en interne et en externe les éléments nécessaires au lancement du projet
- Planifier les étapes du projet en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client et les budgets attribués

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Suivre et interpréter les résultats de la campagne pour en tirer des recommandations stratégiques

▼ Négocier, acheter, vendre

- Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client dans le respect des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par l'entreprise

▼ Appliquer un cadre juridique ou réglementaire

- Veiller à la conformité des campagnes aux réglementations publicitaires

Autres compétences

Savoirs

- > Culture multimedia
- > Marketing
- > Relation clients
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Nouvelles technologies
- > Planification et outils de planification
- > Plateformes d'achat d'espace
- > DSP
- > Outils de média trading
- > CRM

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > 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
- > S'adapter aux changements

Tendances d'évolution du métier

La multiplication des formats et plateformes impose une forte maîtrise des outils de diffusion et des technologies programmatiques. La montée en puissance de la data et de l'IA dans l'optimisation des campagnes transforme également les compétences requises pour ce métier.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de Clientèle
- Responsable Administration des Ventes
- Data Analyst
- Expert media
- Expert Programmation

En externe

- Annonceurs
- Agences média
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)
- Fournisseurs de data et mesure d'audience

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 en marketing digital, communication ou en sciences des données

Expériences recommandées

- > Une expérience préalable est demandée en gestion de campagnes publicitaires, en ad operations ou en programmation

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

Chargé de diffusion et gestion des campagnes



Responsable Trafic Média

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES