

E1402

MÉDIA PLANNEUR / PLANNEUSE

Autres emplois décrits

- Acheteur / Acheteuse d'espaces affichage
- Acheteur / Acheteuse d'espaces cinéma
- Acheteur / Acheteuse d'espaces Internet
- Acheteur / Acheteuse d'espaces -NTIC-
- Acheteur / Acheteuse d'espaces presse
- Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires
- Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires web
- Acheteur / Acheteuse d'espaces radio
- Acheteur / Acheteuse d'espaces télévision
- Acheteur / Acheteuse média
- Assistant / Assistante média
- Assistant acheteur / Assistante acheteuse d'espaces
- Chargé / Chargée d'études média
- Chargé / Chargée de plan média
- Chef d'achat d'espaces publicitaires
- Chef de groupe média planning
- Chef de service achat d'espaces publicitaires
- Consultant / Consultante média
- Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization
- Directeur / Directrice d'achat média
- Directeur / Directrice média
- Média acheteur / acheteuse
- Référenceur / Référenceuse web
- Responsable du plan média
- Responsable média
- Traffic manager
- Web planneur / planneuse

Définition

- Elabore le plan média et sélectionne le support (Télévision, cinéma, presse, ...) le plus adapté à la cible de la campagne publicitaire et à la marque/produit, selon le budget alloué et la politique commerciale de l'entreprise ou de l'annonceur.
- Peut négocier l'achat d'espaces publicitaires dans les différents types de supports média.
- Peut coordonner une équipe ou un service.

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un Master (M1, Master professionnel, ...) en économie, commerce, gestion, communication, ... ou avec une expérience dans le secteur de la publicité.

Il est également accessible à partir d'un diplôme de niveau Bac+2 (BTS, DUT, ...) en communication pour le poste d'acheteur.

Compétences

Savoir-faire

Définir une stratégie de communication

Définir une stratégie média

Élaborer un plan média

Sélectionner des canaux de communication

Réaliser des supports de communication multimédia

Définir le message d'une campagne médiatique





Communication, Multimédia

Recherche, Innovation	Administrer une enquête, un sondage
	Réaliser l'analyse d'un produit
	Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site et les comportements de navigation des visiteurs
Relation client	Recueillir et analyser les besoins client
Développement commercial	Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire
	Réaliser une étude de marché, évaluer le potentiel d'un produit ou service
	Collecter des informations sur un produit, une marque
	Réaliser l'analyse d'une marque
Stratégie de développement	Mettre en ligne une campagne publicitaire
	Concevoir et gérer un projet
	Réaliser le bilan des actions de communication
	Améliorer le positionnement d'un site web
	Diriger et gérer un ensemble, une structure, une organisation
Gestion et contrôle	Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
	Réaliser des opérations comptables
Management	Animer, coordonner une équipe
Prévention des risques	Déterminer des mesures correctives
Développement des compétences	Actualiser régulièrement ses connaissances
Pilotage et maîtrise des coûts	Acheter des espaces publicitaires
	Assurer la gestion administrative d'une activité
Data et Nouvelles technologies	Établir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias
	Contrôler la conformité des données
	Analyser le trafic d'un site web
	Renseigner, mettre à jour une documentation technique
Savoir-être professionnels	
	Travailler en équipe
	Prendre des initiatives et être force de proposition
	Faire preuve de rigueur et de précision

Savoirs

Domaines d'expertise	Gestion budgétaire
	Média de l'affichage
	Média de la Presse
	Outils de web analyse - web analytics
	Search Engine Marketing (SEM)
	Analyse statistique
Normes et procédés	Sociologie
	Marketing / Mercatique
	Marketing digital
	Principes de rédaction du plan média
	Référencement naturel (SEO)
	Référencement web
Produits, outils et matières	Produits de téléphonie
Techniques professionnelles	Techniques commerciales
	Techniques de communication orales, écrites et numériques
	Techniques de mesure d'audience

Contextes de travail

	Conditions de travail et risques professionnels	Déplacements professionnels Possibilité de télétravail
	Horaires et durée du travail	Travail en journée
	Publics spécifiques	Clientèle d'affaires Clientèle d'entreprises
	Statut d'emploi	Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Secteurs d'activité

• Communication et marketing
