E1401
CHEF / CHEFFE DE PUBLICITÉ

Emploi cadre

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Annonceur / Annonceuse publicitaire
- Chef / Cheffe de groupe en agence de publicité
- Chef / Cheffe de groupe publicité
- Chef / Cheffe de publicité d'agence
- Chef / Cheffe de publicité junior
- Chef / Cheffe de publicité online
- Chef / Cheffe de publicité senior
- Chef / Cheffe de studio publicitaire
- Directeur / Directrice d'agence de publicité
- Directeur / Directrice de la publicité
- Publicitaire
- Responsable de projet publicitaire

Définition

Le Chef de publicité participe à l'élaboration, à l'organisation, à la coordination des stratégies commerciales et de production des campagnes.

- Conçoit et met en œuvre des stratégies publicitaires adaptées aux besoins des clients
- Coordonne les équipes créatives et techniques pour la réalisation des campagnes
- Analyse les retours et les performances des campagnes pour optimiser les futures actions
- Développe et entretient des relations durables avec les clients et les partenaires
- Gère le budget et les ressources allouées aux projets publicitaires
- Veille à l'innovation et aux tendances du marché pour proposer des solutions avant-gardistes

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac + 5 en communication ou marketing.

Certifications et diplômes :

- BTS études de réalisation d'un projet de communication option A : études de réalisation de produits plurimedia
- DUT information-communication option publicité
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence mention information-communication
- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Licence pro mention communication et valorisation de la création artistique
- BUT spécialité information-communication parcours publicité
- Master mention culture et communication
- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- BTS communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Diriger un service, une structure
- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Analyser les indicateurs de performance après chaque action marketing afin d'améliorer les opérations commerciales et développer le chiffre d'affaires
- Elaborer une stratégie commerciale
- Négocier des conditions commerciales
- Coordonner les différents canaux de diffusion — Transition numérique
- Analyser l'impact des campagnes sur le public cible
- Assurer la veille concurrentielle dans le secteur des médias

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Management, Social, Soin

- Allouer et organiser les ressources d'un projet selon les besoins et contraintes
- Coordonner les équipes projet pour atteindre les objectifs

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Superviser la création de contenus publicitaires
- Gérer les relations avec les médias, les partenaires et les autres services

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Contrôler la réalisation et les coûts d'une prestation
- Elaborer des prévisions budgétaires
- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Concevoir et gérer un projet
- Mettre en place des partenariats stratégiques
- Concevoir des stratégies de communication innovantes
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
- Prospecter de nouveaux clients, de nouveaux marchés
- Développer un portefeuille clients et prospects
- Rechercher et analyser des informations sur un produit, une marque (situation, marché, publicités précédentes, ...)
- Présenter et valoriser un produit ou un service
- Vendre un espace publicitaire
- Analyser les tendances du marché pour anticiper les besoins des clients
- Réaliser des prestations d'expertise et de conseil

Management, Social, Soin

- Coordonner les activités entre différents services
- Encourager l'innovation et la créativité au sein de l'équipe

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Assurer une présentation orale et écrite de son activité devant un client, des collaborateurs, son équipe afin de susciter l'adhésion
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Adapter les campagnes aux objectifs de marque
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants Transition numérique

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Identifier et sélectionner des fournisseurs, sous-traitants, prestataires
- Négocier des contrats avec des plateformes de diffusion

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Domaines d'expertise

- Publicité (choix de médias, supports, ...)
- Planification de campagnes publicitaires
- Planification média — Transition numérique
- Gestion budgétaire de projets — Transition numérique
- Stratégie de marque
- Analyse de données de marché
- Analyse comportementale des consommateurs
- Optimisation de la visibilité en ligne — Transition numérique
- Publication Assistée par Ordinateur (PAO) — Transition numérique
- Marketing (mercatique)

Normes et procédés

- Respect des normes éthiques en publicité

Techniques professionnelles

- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation de logiciels de gestion de projet — Transition numérique

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises de médias
- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail