E1404
ASSISTANT / ASSISTANTE EN PUBLICITÉ

Autres emplois décrits

- Assistant / Assistante chef de publicité
- Assistant / Assistante de publicité d'agence

Définition

L'Assistant en publicité joue un rôle clé dans la coordination et la mise en œuvre des campagnes publicitaires.

- Assure le travail de suivi de création des campagnes
- Maintient la liaison entre l'agence et les clients pour comprendre leurs besoins
- Coordonne les étapes de travail avec les équipes et les prestataires concernés
- Réalise le suivi de production des supports publicitaires, dans le respect du planning défini
- Collecte et analyse les données de performance des campagnes
- Peut participer à la rédaction de contenu créatif

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un BTS Communication, un DUT Information-Communication option publicité, une Licence pro en communication spécialité métiers de la publicité, ou un Master en Communication. Les formations de niveau Bac+2 à Bac+5 dans le domaine de la communication et de la publicité sont pertinentes pour ce métier.

Certifications et diplômes :

- BTS communication
- DUT information-communication option publicité
- BTS études de réalisation d'un projet de communication option A : études de réalisation de produits plurimedia
- BUT spécialité information-communication parcours publicité
- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Master mention information, communication
- Master arts, lettres, langues mention humanités et industries créatives
- Master mention communication des organisations
- Master mention humanités et industries créatives

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Recueillir et analyser les besoins client
- Assurer la veille concurrentielle dans le secteur des médias
- Analyser l'impact des campagnes sur le public cible
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication

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
- Respecter les délais et les spécifications des projets multimédias — Transition numérique
- Effectuer des tâches multiples et s'adapter aux changements rapides

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Gérer les relations avec les médias, les partenaires et les autres services
- Renseigner et tenir à jour des outils de suivi de l'activité (tableaux de bord de production, relevés d'incidents, qualité...)

Management, Social, Soin

- Coordonner les équipes pour la production de contenu publicitaire

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Gérer un planning

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Contrôler la qualité et la conformité d'un livrable

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Rechercher et analyser des informations sur un produit, une marque (situation, marché, publicités précédentes, ...)
- Préparer ou établir des propositions commerciales, rédiger les offres de prix, élaborer des devis

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

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de suivi avec les clients
- Collaborer avec les équipes marketing
- Gérer les conflits et négocier des solutions
- Gérer une base documentaire — Transition numérique

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Agir proactivement face aux tendances émergentes
- Analyser les besoins des utilisateurs pour la création de contenus multimédias — Transition numérique
- Concevoir et réaliser des éléments graphiques et visuels — Transition numérique
- Adapter les campagnes aux objectifs de marque
- Superviser la conception graphique des supports publicitaires
- Analyser des situations à risque et proposer des solutions
- Analyser des données statistiques pour des projets spécifiques

Management, Social, Soin

- Animer des temps de brief ou de debrief
- Mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des projets

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Planifier le calendrier de diffusion des campagnes publicitaires
- Rédiger un rapport, un compte rendu d'activité
- Réajuster le planning en fonction des aléas et des priorités

Savoir-être professionnels

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

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

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse comportementale des consommateurs
- Analyse de données de marché
- Suivi des tendances publicitaires
- Connaissance des plateformes de gestion publicitaire — Transition numérique
- Analyse des retours sur investissement
- Publication Assistée par Ordinateur (PAO) — Transition numérique
- Chaîne graphique
- Planification média — Transition numérique
- Publicité (choix de médias, supports, ...)
- Gestion budgétaire
- Marketing (mercatique)

Techniques professionnelles

- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique
- Techniques de marketing et communication
- Techniques de marketing d'influence — Transition numérique

Normes et procédés

- Respect des normes éthiques en publicité

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Station assise prolongée
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

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

Publics spécifiques

- Clientèle de professionnels

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

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