E1408
RESPONSABLE TRAFIC CRÉATION

Emploi cadre

Transition numérique

Définition

Le Responsable Trafic création organise la création des campagnes publicitaires, gère le trafic (envoi et réception des éléments) auprès des différentes équipes, assure le suivi de l'exécution d'un projet, du brief jusqu'à la réalisation des produits finis.

- Coordonne les contributions de chaque intervenant dans la préparation des supports publicitaires
- Participe à l'établissement des plannings et des rétroplannings de la création et de la production
- Répartit le travail en fonction des disponibilités des collaborateurs impliqués
- Supervise les flux de production (interne/externe) nécessaire à la réalisation de la campagne

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un Bac + 5 en gestion de projet ou en management avec une appétence pour la création.
Il nécessite le plus souvent une première expérience réussie en gestion de production publicitaire, comme commercial ou dans un rôle similaire en agence.

Certifications et diplômes :

- Diplôme d'études spécialisées en management et gestion de projets (DESMAP)
- Diplôme supérieur en management des industries culturelles, créatives et du luxe

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Management, Social, Soin

- Communiquer efficacement avec les équipes pour assurer la coordination
- Coordonner l'activité d'une équipe
- Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de brainstorming pour des concepts publicitaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Organiser des sessions de brainstorming pour des idées de contenu

Développement économique

- Piloter un projet (phases et équipe)
- Contrôler la bonne exécution d'un projet en termes de délai, de qualité, de méthodologie
- Assurer le suivi des indicateurs de performance (KPI)

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la mise en œuvre des campagnes publicitaires
- Traiter les situations de crise, les incidents, anomalies ou dysfonctionnements dans une production ou une campagne publicitaire

Savoir-faire secondaires

Management, Social, Soin

- Communiquer clairement les attentes aux équipes de travail
- Conduire des réunions de coordination avec les équipes de projet
- Gérer les plannings et les affectations de tâches
- Répartir la charge de travail et les tâches à effectuer entre les membres de l'équipe
- Mobiliser et motiver l'équipe autour de projets communs
- Organiser et contrôler l'activité d'équipes selon les priorités et les aléas

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Planifier des réunions régulières pour le suivi de projet
- Développer et gérer des relations interpersonnelles
- Convaincre, négocier
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Coordonner collaborateurs et partenaires extérieurs
- Renforcer la communication interne au sein de l'équipe

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Alimenter un tableau de bord

Développement économique

- Planifier les étapes de réalisation du projet Transition numérique
- Concevoir des outils de pilotage, indicateurs, tableaux de bord
- Négocier avec les prestataires externes
- Analyser les besoins des clients pour proposer des services adaptés

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

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Lancer et gérer un appel d'offres
- Négocier des tarifs préférentiels avec les prestataires
- Organiser l'agenda des réunions

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de réactivité
- Etre ouvert aux changements

Savoirs

Domaines d'expertise

- **Communication avec les directeurs artistiques**
- Communication interne et externe
- Gestion budgétaire de projets — Transition numérique
- **Gestion de campagnes publicitaires**
- Gestion de projets créatifs
- Gestion de projets graphiques — Transition numérique
- **Planification de campagnes publicitaires**
- Techniques de communication en crise
- Pratique de langues étrangères

Techniques professionnelles

- Techniques de négociation avec les prestataires

Normes et procédés

- Rédaction de cahier des charges

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Possibilité de télétravail
- Station assise prolongée
- Travail en mode projet

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

Horaires et durée du travail

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

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises de médias

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

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