E1413
CHEF / CHEFFE DE PROJET PUBLICITAIRE

Emploi cadre

Transition numérique

Définition

Le Chef de projet pilote la conception, le suivi et la livraison de projets ou d'évènements publicitaires, en coordonnant les équipes internes et les prestataires.

- Assure la gestion d'une campagne à chaque étape, en étant le principal interlocuteur du client
- Pilote un projet en élaborant un planning et en coordonnant les différents intervenants
- Veille à l'adéquation de la production créative et technique avec le brief client, sa charte graphique, ses attentes
- Suit les performances d'une campagne et participe à la mise en place de mesures correctives

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un niveau Bac + 5 en communication, marketing ou gestion de projets.
Il est possible d'entrer sur le métier en alternance à partir d'une formation de niveau Bac + 3.

Certifications et diplômes :

- Manager de la communication et du marketing digital
- Master mention information, communication
- Manager marketing digital et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Assurer l'interface entre les clients et les intervenants tout au long du projet
- Planifier et gérer les campagnes publicitaires
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Lire et comprendre des tableaux de bord d'activité et des indicateurs
- Mettre en place des mesures pour améliorer la satisfaction des clients
- Développer des stratégies de marketing pour promouvoir les produits et les services
- Planifier les étapes de réalisation du projet — Transition numérique
- Analyser les performances des campagnes publicitaires

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de brainstorming pour des concepts publicitaires

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les besoins des clients pour proposer des services adaptés
- Analyser les tendances du marché publicitaire
- Développer et fidéliser la relation client
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires
- Proposer des solutions adaptées aux besoins spécifiques des clients
- Piloter un projet (phases et équipe)
- Collecter les informations nécessaires au lancement du projet
- Mettre en place les instances de gouvernance d'un projet
- Assurer le suivi des indicateurs de performance (KPI)
- Développer des tableaux de bord pour suivre les indicateurs de performance (KPI)
- Développer des stratégies de marketing digital Transition numérique

Management, Social, Soin

- Animer, coordonner une équipe
- Conduire des réunions de coordination avec les équipes de projet
- Coordonner des équipes pluridisciplinaires
- Mobiliser et motiver l'équipe autour de projets communs
- Faciliter la communication interne pour renforcer la cohésion d'équipe

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Alimenter un tableau de bord
- Interpréter des résultats de campagne publicitaire
- Restituer les résultats d'une campagne à un client
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants Transition numérique
- Gérer les relations avec les contributeurs externes

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Animer des réunions de suivi de travaux
- Se coordonner avec les équipes de création pour le contenu des campagnes

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des tarifs préférentiels avec les prestataires
- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires

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

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la mise en œuvre des campagnes publicitaires

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de créativité, d'inventivité
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Etre force de proposition
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse de tendances multimédia — Transition numérique
- Communication avec les directeurs artistiques
- Gestion de projets artistiques
- Gestion de projets audiovisuels — Transition numérique
- Gestion de projets créatifs
- Insights marketing
- Marketing publicitaire
- Management de projet
- Négociation avec des partenaires publicitaires — Transition numérique
- Techniques de négociation avec les clients
- Gestion de la relation client (CRM) — Transition numérique

Techniques professionnelles

- Animation de réunions professionnelles
- Techniques de communication orale et écrite — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements 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 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