E1414
CHARGÉ / CHARGÉE DE DIFFUSION PUBLICITAIRE

Emploi cadre

Transition numérique

Définition

Le Chargé de diffusion et gestion des campagnes est responsable de la mise en place, du suivi et de l'optimisation des campagnes publicitaires.

- Met en place et paramètre les campagnes publicitaires
- Assure le suivi et optimise les performances des campagnes
- Coordonne les prestataires et annonceurs
- Gère les incidents et corrige les anomalies

Accès à l'emploi

L'emploi est accessible avec un Bac +2 à Bac +5 en marketing digital, communication, data ou médias avec une première expérience en gestion de campagnes publicitaires, côté annonceur, régie ou agence média.

Certifications et diplômes :

- Chargé de marketing digital et e-commerce
- BUT spécialité information-communication parcours publicité
- Master mention information, communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Planifier et gérer les campagnes publicitaires
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires
- Analyser les tendances du marché publicitaire
- Gérer les inventaires publicitaires

Management, Social, Soin

- Conseiller les clients sur l'espace publicitaire optimal

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Corriger les anomalies techniques de diffusion

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Interpréter des résultats de campagne publicitaire

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les besoins des clients pour proposer des services adaptés
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Développer des stratégies de monétisation pour les espaces publicitaires
- Lire et comprendre des tableaux de bord d'activité et des indicateurs
- Développer et fidéliser la relation client
- Proposer des solutions adaptées aux besoins spécifiques des clients
- Collecter les informations nécessaires au lancement du projet
- Assurer le suivi des indicateurs de performance (KPI)
- Analyser les performances des campagnes publicitaires
- Développer des stratégies de marketing digital — Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Convaincre, négocier
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Collaborer avec des équipes multidisciplinaires

Management, Social, Soin

- Négocier avec les clients en cas de désaccords

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Assurer la veille technologique dans le domaine du multimédia — Transition numérique
- Assurer une veille technologique continue
- Restituer les résultats d'une campagne à un client

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires
- Veiller à la conformité des campagnes aux réglementations publicitaires
- Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire

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

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de rigueur et de précision
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Etre ouvert aux changements

Savoirs

Domaines d'expertise

- **Achat médias**
- Analyse de données programmatiques — Transition numérique
- Analyse des tendances du marché des médias
- Compétences en gestion de la relation client
- Utilisation stratégique des médias sociaux — Transition numérique
- Différents canaux de distribution média
- Culture multimédias
- Gestion des budgets marketing
- Gestion des coûts et budgetisation
- Management de projet
- Outils de web analyse - web analytics — Transition numérique
- Search Engine Marketing (SEM) — Transition numérique
- Techniques de négociation avancées

Techniques professionnelles

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

Produits, outils et matières

- Plateformes d'achat d'espace

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