

E1410

RESPONSABLE PROGRAMMATIQUE

Emploi
cadreTransition
numérique

Autres emplois décrits

- Acheteur / Acheteuse programmatique
- Chef / Cheffe de projet programmatique
- Expert / Experte programmatique
- Trader programmatique

Définition

Le responsable Programmatique gère les campagnes de publicité programmatique – achat et vente automatique et en temps réel d'espaces publicitaires.

- Développe des stratégies programmatiques et les met en œuvre
- Suit et analyse en temps réel des performances des campagnes publicitaires et propose des correctifs

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac+5 en marketing digital, publicité, ou statistique. Une première expérience dans la gestion de campagnes médias et l'utilisation des plateformes digitales est appréciée.

Certifications et diplômes :

- Manager marketing digital (MS)

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Analyser les données de performance pour ajustements
- Adapter les stratégies en fonction des analyses de données

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la conformité des campagnes avec les réglementations
- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Utiliser les outils d'analyse des ventes et d'activité
- Interpréter des résultats de campagne média
- Gérer les relations avec les médias, les partenaires et les autres services
- Gérer les campagnes de display en temps réel

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Agir rapidement en cas de besoin d'ajustements de campagne

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Développer des stratégies pour augmenter la satisfaction client
- Mettre en place des outils de suivi et d'analyse des données
- Optimiser les campagnes de communication digitale
- Argumenter pour défendre des stratégies publicitaires
- Collaborer avec les équipes marketing
- Planifier et gérer les campagnes publicitaires
- Evaluer les performances des campagnes publicitaires
- Conduire des négociations commerciales
- Négocier avec des partenaires et des fournisseurs
- Communiquer efficacement les résultats aux clients

Transition numérique

Management, Social, Soins

- Collaborer avec d'autres départements pour aligner les stratégies
- Superviser une équipe de spécialistes en publicité
- Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Elaborer une stratégie d'achat programmatique
- Optimiser le plan média
- Sélectionner les plateformes d'achat programmatique
- Assurer la conformité avec les réglementations du secteur

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Innover dans les approches de ciblage publicitaire
- Optimiser les performances d'un site web
- Analyser les données de trafic web et ajuster les stratégies SEO
- Analyser, exploiter, structurer des données
- Etablir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias
- Adapter les campagnes aux objectifs de marque
- Assurer la veille technologique dans le domaine IT

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Défendre un projet devant un comité de pilotage, des collaborateurs ou des partenaires

Savoir-être professionnels

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

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse de données programmatiques
- Capacité à interpréter les insights consommateurs
- Connaissance des formats publicitaires numériques
- **Planification média numérique**
- **Techniques de segmentation d'audience**
- Compréhension des marchés publicitaires
- Utilisation des outils d'analyse de trafic web
- Gestion des budgets marketing
- Webmarketing
- Analyse de performance
- **Optimisation du référencement pour les médias sociaux**
- **Outils d'analyse et de tracking**
- Trading média
- Utilisation de systèmes RFID pour le tracking
- Maîtrise de l'anglais professionnel

Transition numérique

Normes et procédés

- Lois sur la protection de la vie privée
- Règlement Général européen sur la Protection des Données (RGPD)
- Référencement web

Transition numérique

Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation d'outils d'analyse de données avancés

Transition numérique

Techniques professionnelles

- Techniques de ciblage d'audience

Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
 - Travail en mode projet
-

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
-

Lieux et déplacements

- Zone internationale
 - Zone nationale
-

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
-

Types de structures

- Entreprises de médias
 - Entreprises et milieux professionnels
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Informatique et télécommunication