

M1702**PLANNEUR / PLANNEUSE STRATÉGIQUE**Emploi
cadreTransition
numérique

Autres emplois décrits

- Directeur / Directrice du planning stratégique
- Directeur / Directrice stratégique
- Junior planner
- Planneur / Planneuse junior
- Planneur / Planneuse senior
- Responsable de bureau de style et tendances
- Responsable de bureau de tendance
- Senior planner
- Tendancier / Tendancieuse

Définition

Le planneur stratégique conçoit, développe et supervise les stratégies de communication et de marketing pour atteindre les objectifs des clients.

- Analyse les tendances du marché et les comportements des consommateurs
- Développe des stratégies de communication et de marketing adaptées
- Collabore avec les équipes commerciales, les équipes conseils et les équipes créatives pour concevoir des campagnes pertinentes
- Présente et défend les stratégies devant les clients ou les équipes internes
- Suit l'efficacité des campagnes et ajuste les stratégies en fonction des résultats
- Peut se spécialiser dans un secteur d'activité ou un type de média spécifique

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac +3 à Bac +5 dans le domaine de l'économie, le commerce, la gestion ou la communication, complété par la connaissance du secteur d'activité de l'entreprise. La pratique d'une langue étrangère peut être requise.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence pro mention commercialisation de produits et services
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence mention information-communication
- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Licence pro mention commerce et distribution
- Master mention culture et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Recueillir et analyser les besoins client
- Evaluer l'impact des changements stratégiques sur les KPI
- Optimiser les stratégies de contenu selon les plateformes
- Développer un portefeuille clients et prospects
- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Analyser les tendances de consommation pour orienter les stratégies
- Déterminer le positionnement d'un produit, service ou marque sur un marché
- Evaluer la satisfaction client

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser des données pour soutenir des décisions stratégiques
- Définir une stratégie média
- Collaborer avec les équipes de création pour le contenu visuel
- Conduire des travaux d'études et de recherche

Management, Social, Soins

- Coordonner les équipes créatives pour la production de contenu

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Maîtriser les stratégies et enjeux de la présence en ligne

Transition numérique

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Répondre aux attentes d'un client
- Communiquer les résultats aux clients et les interpréter
- Développer des partenariats stratégiques pour la promotion
- Adapter les stratégies en fonction des résultats obtenus
- Concevoir des stratégies de communication innovantes
- Répondre à un appel d'offres
- Concevoir et promouvoir une offre commerciale
- Elaborer un cahier de tendances
- Mettre en œuvre un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Concevoir des stratégies de communication adaptées
- Analyser l'impact des campagnes publicitaires sur les ventes
- Analyser les tendances des réseaux sociaux
- Evaluer l'impact des campagnes de communication sur le public cible

Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Estimer les coûts et les délais d'une activité ou d'une prestation
- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires
- Préparer des rapports détaillés sur l'avancement des projets
- Rédiger des rapports d'analyse détaillés

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser des données socioéconomiques
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants
- Définir le message d'une campagne médiatique
- Rédiger un cahier des charges, des spécifications techniques
- Créer, élaborer et identifier des concepts innovants
- Organiser des sessions de brainstorming pour des idées de contenu

Transition numérique

Transition numérique

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la mise en œuvre des campagnes publicitaires

Management, Social, Soins

- Encourager la créativité et l'innovation dans son équipe
- Conduire des réunions de projet pour aligner les équipes sur les objectifs

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Négocier une proposition
- Communiquer efficacement avec l'équipe pour assurer la cohérence du travail
- Préparer des présentations professionnelles
- Traiter des informations économiques complexes
- Collecter les résultats d'une enquête
- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément

Savoir-être professionnels

- Etre force de proposition
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de créativité, d'inventivité

Savoirs

Domaines d'expertise

- Création et analyse de questionnaires
- Analyse comportementale des utilisateurs
- Analyse de données expérimentales
- Compréhension des besoins clients
- Conception et analyse d'enquête
- Sociologie
- Techniques de présentation
- Maîtrise de l'anglais professionnel

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Techniques professionnelles

- Planification stratégique à long terme
- Techniques commerciales

Produits, outils et matières

- Utilisation de logiciels de planification

Transition numérique

Contextes de travail



Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
 - Possibilité de télétravail
 - 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
-



Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
-



Types de structures

- Entreprises de médias
 - Entreprises et milieux professionnels
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing