

E1412**DIRECTEUR / DIRECTRICE MÉDIA**Emploi
cadreTransition
numérique

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe d'achat d'espaces publicitaires
- Chef / Cheffe de groupe média planning
- Chef / Cheffe de service achat d'espaces publicitaires
- Directeur / Directrice d'achat média
- Responsable média

Définition

Le Directeur média construit la stratégie de communication globale d'une entreprise à travers les différents canaux médiatiques.

- Définit et met en œuvre la stratégie média en accord avec la politique générale de l'entreprise
- Négocie et achète des espaces publicitaires sur divers médias
- Optimise les campagnes publicitaires pour garantir le meilleur retour sur investissement
- Collabore étroitement avec les équipes marketing et communication pour aligner les objectifs
- Analyse les performances des campagnes et ajuste les stratégies en conséquence
- Supervise et forme une équipe de professionnels des médias

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac+3 à Bac+5 en communication, marketing ou publicité. Une expérience préalable dans la gestion des médias ou la publicité est souvent requise. Les compétences en planification média et en achat d'espaces publicitaires sont essentielles.

Certifications et diplômes :

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

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie média
- Etablir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias

Développement économique

- Diriger un service, une structure
- Adapter les stratégies aux différentes plateformes et audiences
- Assurer la veille concurrentielle dans le secteur des médias
- Optimiser les campagnes publicitaires pour maximiser le retour sur investissement

Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des contrats avec des plateformes de diffusion

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Appliquer les règles de diffusion de l'information et de la communication

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Evaluer les risques liés aux campagnes médias

Savoir-faire secondaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Elaborer un plan média
- Sélectionner des canaux de communication
- Sélectionner le thème d'une diffusion médiatique
- Traiter les données de performance des campagnes
- Analyser les données d'audience pour améliorer les stratégies
- Optimiser les processus de diffusion d'information
- Développer ses compétences en veille technologique

€ Développement économique

- Etablir des objectifs stratégiques
- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Intégrer des solutions technologiques pour améliorer l'efficacité des campagnes
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
- Mettre en place des partenariats médiatiques
- Déterminer des objectifs de performance, suivre les réalisations et identifier les actions correctives
- Etablir des rapports de performance réguliers
- Analyser les dysfonctionnements, les aléas, les écarts par rapport aux objectifs
- Définir les objectifs concernant la durabilité et la responsabilité sociale
- Concevoir des stratégies de communication innovantes
- Analyser les tendances du marché publicitaire
- Négocier des conditions commerciales
- Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire
- Coordonner les différents canaux de diffusion

Transition numérique

Transition écologique

Transition numérique

🏛️ Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier les droits de diffusion avec les chaînes de télévision
- Maîtriser la réglementation en vigueur en lien avec son secteur d'activité
- S'adapter aux nouvelles réglementations environnementales
- Gérer les budgets des campagnes médias
- Acheter des espaces publicitaires
- Gérer les relations avec les fournisseurs de médias
- Planifier le calendrier de diffusion des campagnes publicitaires

Transition écologique

👤 Management, Social, Soins

- Allouer et organiser les ressources d'un projet selon les besoins et contraintes
- Animer, coordonner une équipe
- Coordonner les équipes projet pour atteindre les objectifs
- Collaborer avec d'autres départements pour aligner les objectifs
- Communiquer clairement les objectifs de campagne à l'équipe
- Former et développer les compétences des équipes

🤝 Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément
- Gérer des situations de crise ou d'urgence
- Assurer une présentation orale et écrite de son activité devant un client, des collaborateurs, son équipe afin de susciter l'adhésion

🗨️ Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la création de contenu publicitaire

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

Savoirs

Techniques professionnelles

- Analyse de l'audience cible
- Techniques de marketing digital
- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques

Transition numérique

Domaines d'expertise

- Média de l'affichage
- Média de la Presse
- Outils de web analyse - web analytics
- Search Engine Marketing (SEM)
- Maîtrise de l'anglais professionnel
- Marketing (mercatique)

Transition numérique

Transition numérique

Normes et procédés

- Règles de diffusion et de communication de l'information
- Principes de rédaction du plan média
- Optimisation SEO pour le multimédia

Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation de logiciels de gestion de projet
- Utilisation d'outils d'analyse de données avancés

Transition numérique

Transition numérique

Contextes de travail



Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

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

Lieux et déplacements

- Zone nationale
-

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
-

Types de structures

- Entreprises de médias
 - Entreprises et milieux professionnels
 - Organisme public
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing