

E1402

MÉDIA PLANNEUR / MÉDIA PLANNEUSE

Emploi
cadreTransition
numérique

Autres emplois décrits

- Assistant / Assistante média
- Responsable du plan média
- Chargé / Chargée de plan média
- Web planneur / Web planneuse

Définition

Le Média planneur est un stratège essentiel pour l'optimisation médiatique et la rentabilité d'une campagne, selon le produit et le public visé.

- Définit les stratégies de communication et les plans média adaptés aux objectifs des clients
- Analyse les données de marché pour optimiser la répartition du budget publicitaire
- Collabore avec les équipes créatives et les clients pour garantir l'alignement des campagnes
- Négocie avec les fournisseurs de médias pour obtenir les meilleurs tarifs et placements
- Suit et analyse les performances des campagnes pour recommander des ajustements
- Reste à jour avec les tendances du marché et les innovations technologiques en publicité

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac +4 à Bac +5 en commerce, communication ou marketing.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence pro mention commerce et distribution
- Licence pro mention commercialisation de produits et services
- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Master mention culture et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

€ Développement économique

- Négocier et développer des partenariats stratégiques dans le secteur média
- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Optimiser l'utilisation des médias sociaux pour les campagnes
- Contrôler des indicateurs de performance, analyser et corriger des écarts
- Coordonner les différents canaux de diffusion
- Surveiller les tendances du marché et ajuster les plans média en conséquence

Transition numérique

Transition numérique

🗨 Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie média
- Elaborer un plan média
- Analyser les données de consommation média

Transition numérique

🏛 Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Gérer les relations avec les partenaires média
- Evaluer les retours sur investissement des différentes actions média
- Elaborer, suivre et piloter un budget

Savoir-faire secondaires

€ Développement économique

- Développer des tableaux de bord pour le suivi des campagnes
- Implémenter des stratégies de contenu adaptées aux différents canaux
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
- Travailler avec les équipes créatives pour la mise en place des campagnes
- Réaliser l'analyse d'une marque
- Négocier avec les fournisseurs pour obtenir les meilleurs tarifs

Transition numérique

🗨 Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site ou d'une plateforme, et les comportements de navigation des visiteurs
- Etablir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias
- Utiliser des logiciels de gestion de campagne média

Transition numérique

Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Estimer les coûts et les délais d'une activité ou d'une prestation
- Organiser un rétroplanning

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Contrôler la qualité des services fournis aux clients

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Gérer le stress et prendre des décisions rapides en situation d'urgence
- 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 rigueur et de précision

Savoirs

Domaines d'expertise

- Planification de campagnes publicitaires
- Analyse comportementale des consommateurs
- Connaissance des canaux de distribution média
- Média de l'affichage
- Média de la Presse
- Outils de web analyse - web analytics
- Search Engine Marketing (SEM)
- Marketing (mercatique)

Transition numérique

Transition numérique

Normes et procédés

- Connaissance des régulations publicitaires
- Optimisation SEO pour le multimédia
- Principes de rédaction du plan média
- Référencement web

Transition numérique

Transition numérique

Techniques professionnelles

- Analyse de l'audience cible
- Evaluation de l'efficacité des campagnes
- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques
- Techniques de communication et de négociation
- Techniques de marketing digital

Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation de logiciels d'analyse statistique

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



Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)



Types de structures

- Entreprises de médias
- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Communication et marketing