

E1413

CHEF / CHEFFE DE PROJET PUBLICITAIRE

Emploi
cadreTransition
numérique

Définition

Le chef de projet pilote la conception, le suivi et la livraison de projets ou d'événements publicitaires, en coordonnant les équipes internes et les prestataires.

- Assure la gestion d'une campagne à chaque étape, en étant le principal interlocuteur du client
- Pilote un projet en élaborant un planning et en coordonnant les différents intervenants
- Veille à l'adéquation de la production créative et technique avec le brief client, sa charte graphique, ses attentes
- Suit les performances d'une campagne et participe à la mise en place de mesures correctives

Accès à l'emploi

Le métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac+5 en communication, marketing ou gestion de projets. Il est possible d'entrer sur le métier en alternance à partir d'une formation de niveau Bac+3.

Certifications et diplômes :

- Manager de la communication et du marketing digital
- Master mention information, communication
- Manager marketing digital et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Assurer l'interface entre les clients et les intervenants tout au long du projet
- Planifier et gérer les campagnes publicitaires
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Lire et comprendre des tableaux de bord d'activité et des indicateurs
- Améliorer la satisfaction client et fidélisation
- Planifier les étapes du projet
- Analyser les performances des campagnes publicitaires

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de brainstorming pour des concepts publicitaires

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les besoins des clients pour proposer des services adaptés
- Analyser les tendances du marché publicitaire
- Développer et fidéliser la relation client
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires
- Proposer des solutions adaptées aux besoins des clients
- Piloter un projet (phases et équipe)
- Collecter les informations nécessaires au lancement du projet
- Mettre en place les instances de gouvernance d'un projet
- Suivre les indicateurs de performance
- Développer des tableaux de bord pour suivre les KPIs

Management, Social, Soins

- Animer, coordonner une équipe
- Se coordonner avec les équipes de création pour le contenu des campagnes
- Conduire des réunions de coordination avec les équipes de projet
- Coordonner des équipes pluridisciplinaires
- Mobiliser et motiver l'équipe autour de projets communs
- Faciliter la communication interne pour renforcer la cohésion d'équipe

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Alimenter un tableau de bord
- Interpréter des résultats de campagne publicitaire
- Restituer les résultats d'une campagne à un client
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants
- Gérer les relations avec les contributeurs externes

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Animer des réunions de suivi de travaux

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des tarifs préférentiels avec les prestataires
- Surveiller les budgets des campagnes publicitaires

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la mise en œuvre des campagnes publicitaires

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de créativité, d'inventivité
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Etre force de proposition
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse de tendances multimédia
- Communication avec les directeurs artistiques
- Connaissance des stratégies de marketing digital
- Connaissance des tendances du marché publicitaire
- **Développement de stratégies marketing**
- Gestion de projets artistiques
- Gestion de projets audiovisuels
- Gestion de projets créatifs
- Insights marketing
- Marketing publicitaire
- Management de projet
- Négociation avec des partenaires publicitaires
- Négociation avec les clients

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Techniques professionnelles

- Animation de réunions professionnelles
- Techniques de communication orale et écrite

Transition numérique

Produits, outils et matières

- Maîtrise des logiciels de gestion de la relation client

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 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