

E1414

CHARGÉ / CHARGÉE DE DIFFUSION PUBLICITAIRE

Emploi
cadreTransition
numérique

Définition

Le Chargé de diffusion et gestion des campagnes est responsable de la mise en place, du suivi et de l'optimisation des campagnes publicitaires.

- Met en place et paramètre les campagnes publicitaires
- Assure le suivi et optimise les performances des campagnes
- Coordonne les prestataires et annonceurs
- Gère les incidents et corrige les anomalies

Accès à l'emploi

L'emploi est accessible avec un Bac +2 à Bac +5 en marketing digital, communication, data ou médias avec une première expérience en gestion de campagnes publicitaires, côté annonceur, régie ou agence média.

Certifications et diplômes :

- Chargé de marketing digital et e-commerce
- BUT spécialité information-communication parcours publicité
- Master mention information, communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Planifier et gérer les campagnes publicitaires
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires
- Gérer les inventaires publicitaires

Management, Social, Soins

- Conseiller les clients sur l'espace publicitaire optimal

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Corriger les anomalies techniques de diffusion

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Interpréter des résultats de campagne publicitaire

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les besoins des clients pour proposer des services adaptés
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Développer des stratégies de monétisation pour les espaces publicitaires
- Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire
- Lire et comprendre des tableaux de bord d'activité et des indicateurs
- Développer et fidéliser la relation client
- Proposer des solutions adaptées aux besoins des clients
- Collecter les informations nécessaires au lancement du projet
- Suivre les indicateurs de performance
- Analyser les performances des campagnes publicitaires

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Convaincre, négocier

Management, Social, Soins

- Négocier avec les clients en cas de désaccords
- Collaborer avec des équipes pluridisciplinaires sur des projets

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Assurer la veille technologique dans le domaine du multimédia
- Assurer une veille technologique continue
- Restituer les résultats d'une campagne à un client

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Surveiller les budgets des campagnes publicitaires
- Veiller à la conformité des campagnes aux réglementations publicitaires

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de rigueur et de précision
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Etre ouvert aux changements

Savoirs

Domaines d'expertise

- **Achat médias**

- Analyse de données programmatiques
- Analyse des tendances du marché des médias
- Compétences en gestion de la relation client

Transition numérique

- Connaissance approfondie des médias sociaux
- Connaissance des différents canaux de distribution média
- Connaissance des stratégies de marketing digital

Transition numérique

Transition numérique

- **Connaissance des tendances du marché publicitaire**

- Culture multimédias
- Gestion des budgets marketing
- Gestion des coûts et budgetisation
- Management de projet

- Outils de web analyse - web analytics

Transition numérique

- Search Engine Marketing (SEM)

Transition numérique

- Techniques de négociation avancées

- Utilisation de logiciels de gestion de relation client (CRM)

Transition numérique

- Maîtrise de l'anglais professionnel

Techniques professionnelles

- Maîtrise des techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques

Produits, outils et matières

- Plateformes d'achat d'espace

Contextes de travail



Conditions de travail et risques 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
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing