



GESTION ET OPTIMISATION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DU PLAN MEDIA

Responsable Trafic Média



Missions

Le responsable trafic media élabore, en lien avec le Traffic Manager, un plan média pour le web et coordonne la mise en ligne et la diffusion de campagnes publicitaires, en tenant compte du produit à valoriser auprès de l'audience ciblée, et en maximisant l'image de l'annonceur et la rentabilité de la campagne. Il suit les performances des campagnes et ajuste la stratégie pour les optimiser.

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences média

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation



Principales activités

- Élaborer et mettre en œuvre les stratégies de diffusion en traduisant les stratégies média en plans opérationnels (choix des supports, formats, budget, politique commerciale, calendrier de diffusion).
- Suivre et analyser les performances des campagnes en évaluant leur impact à l'aide d'indicateurs de rentabilité, en analysant les résultats et en ajustant la stratégie média en conséquence.
- Coordonner les actions avec les équipes commerciales, créatives et techniques pour assurer une diffusion conforme aux objectifs définis et optimiser l'efficacité des campagnes.
- Développer et fidéliser les relations clients en accompagnant les annonceurs et les agences dans l'optimisation de leurs achats média, en participant aux présentations commerciales et en contribuant à la prospection.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Analyser les caractéristiques d'un client, une marque, ses concurrents, son contexte socio-économique et sa cible
- Elaborer un plan média web d'une campagne de communication à partir de l'analyse des caractéristiques du client

▼ Contribuer au développement commercial

- Elaborer une offre commerciale ou la partie relevant de son champ d'action (devis, brief, argumentation...), à partir de la demande du client ou du cahier des charges, de la stratégie et de la politique de son entreprise
- Assurer la soutenance orale de sa proposition commerciale devant le client le cas échéant

▼ Piloter un projet

- Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client
- Contrôler la bonne exécution d'un projet ou d'une production en termes de délai, de qualité, de méthodologie
- Affiner et rectifier son plan d'action en fonction de l'analyse du rapport coût-efficacité (ROI), de la mesure de l'audience, des tableaux de suivi et de leurs indicateurs
- Mettre à jour des plannings en fonction de l'avancement de l'activité ou de la campagne publicitaire

▼ Superviser une campagne de communication

- Définir les indicateurs et les critères quantitatifs et qualitatifs visant à mesurer l'efficacité d'une campagne de communication et d'un plan média
- Calculer le rapport coût-efficacité d'une campagne publicitaire sur le web en s'appuyant sur des outils statistiques et des études de marché

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Analyser un tableau de bord, des indicateurs, pour mesurer la performance d'une campagne digitale
- Réaliser un suivi et établir un bilan sur la base d'un tableau de bord ou d'une batterie d'indicateurs avec les outils appropriés

▼ Négocier, acheter, vendre

- Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client dans le respect des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par l'entreprise
- Négocier des emplacements publicitaires en utilisant des leviers de promotion, de volume, d'achat en temps réel
- Fidéliser les clients et établir une relation privilégiée, notamment à travers la réussite des campagnes web, en étant à l'écoute des clients

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille sur les outils et les tendances marchés

Autres compétences

Savoirs

- > Stratégie
- > Management stratégique
- > Communication orale
- > Communication écrite
- > Marketing
- > Etudes
- > Réseaux sociaux
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Techniques de vente
- > Vente et négociation commerciale
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Veille technologique
- > Outils d'analyse et de tracking
- > Plateformes d'achat d'espace
- > Outils de média trading

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'évolution rapide des plateformes numériques, l'émergence des publicités programmatiques et les nouvelles réglementations sur les données (RGPD) redéfinissent les pratiques (recul des campagnes mails) et accentuent la nécessité de compétences analytiques. Le développement du multicanal complexifie l'analyse des canaux d'acquisition et donc l'optimisation des campagnes web.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur/trice de Clientèle
- Traffic Manager
- Expert media
- Data Analyst
- Consultant Média

En externe

- Clients
- Régies

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en marketing, communication, ou publicité avec spécialisation en digital

Expériences recommandées

- › Expérience préalable en gestion de campagnes publicitaires ou en optimisation digitale (minimum 4 à 5 ans en agence média, chez l'annonceur)

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Responsable Trafic Média



Chargé(e) de diffusion et gestion des campagnes

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES