ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Planneur stratégique

Missions

Le/la Planneur/neuse Stratégique analyse et cherche à comprendre les tendances sociétales, les comportements et aspirations des consommateurs et les dynamiques de marché pour orienter les stratégies de communication et de marque. Il/elle décrypte les tendances marché et consommateur et collabore activement auprès des équipes en charge des opérations spéciales destinées à construire des opérations media sur mesure ou des commerciaux. Il/elle transforme les résultats d'études en insights pour construire les recommandations stratégiques.

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication
Agences média
Régies communication extérieure
Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

Principales activités

- Identifier des tendances et insights consommateurs : analyser les évolutions sociétales, les attentes consommateurs et les signaux pour alimenter les stratégies de marque et les recommandations clients.
- Élaborer des stratégies de communication et de positionnement : définir des axes stratégiques des campagnes en s'appuyant sur des études qualitatives et quantitatives, des benchmarks et des analyses de marché.
- Animer les réflexions et contribuer aux recommandations stratégiques sur la base des insights et tendances identifiées.
- Accompagner les équipes commerciales et créatives dans l'appropriation des briefs et la construction des recommandations client : nourrir les équipes en phase de réflexion stratégique, d'argumentation client et de proposition de concept et de mécanique media à partir des insights pertinents identifiés.

Activités spécifiques au métier dans les Agences Conseils

- Rédiger des briefs créatifs et formaliser des briefs à destination des équipes créatives en garantissant la cohérence entre les objectifs stratégiques et les concepts développés.
- Appuyer les équipes en phase de réflexion stratégique, d'argumentation client et de justification des choix créatifs à partir des insights pertinents identifiés.
- Participation au processus de vente et de négociations, notamment dans la réponse à un appel d'offres, la construction du pitch stratégique et créatif et la restitution écrite et orale devant les clients ou annonceurs, en articulation avec les équipes commerciales et créatives
- Suivi de la campagne de communication ou de création et de ses indicateurs, en lien avec l'ensemble des équipes en interne et avec le client pour analyser les résultats au fil de l'eau, confronter les livrables aux insights et proposer des ajustements

Compétences clés requises

Réaliser des études

- Analyser des tendances et comportements consommateurs pour identifier des clés de lecture pertinentes et nourrir les stratégies de marque.

Mener une veille et documentation

- Mener une veille active sur les innovations publicitaires, les tendances sociétales et consommateurs pour décrypter les évolutions du marché et adapter les stratégies.
- Suivre les tendances en matière de nouvelles méthodologies et de consommation media et d'analyse, des tendances publicitaires et des innovations marketing pour anticiper les évolutions du marché.

Analyser et élaborer une stratégie

- Définir des axes stratégiques et des positionnements différenciants en s'appuyant sur des études, des benchmarks et des analyses de marché.
- Accompagner et convaincre les équipes internes commerciales et les clients à partir d'insights marché et marque pour cadrer la proposition de projet client

Analyser, exploiter, structurer des données

- Rédiger des briefs créatifs clairs et inspirants pour orienter les équipes dans le développement des campagnes publicitaires.
- Synthétiser des données et proposer des recommandations stratégiques adaptées aux enjeux des annonceurs et des agences

Contribuer au développement commercial

- Fournir aux équipes commerciales en charge de la gestion clients des tendances de marché et des analyses comportement consommateurs
- Participer à l'écriture de propositions commerciales en collaboration avec les équipes commerciales et créatives
- Construire le pitch stratégique sur des projets d'opérations commerciales auprès de l'agence media et de l'annonceur

Autres compétences

Savoirs

- Marketing
- Management stratégique
- Management opérationnel
- Analyse de données
- Relation clients
- Analyse de performance
- Tendances marché publicitaire
- Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

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

Tendances d'évolution du métier

Les réseaux sociaux et les nouvelles technologies sont au cœur du métier, en tant que sujets à analyser comme d'outils d'aide à l'analyse, la collecte de données ou encore à la rédaction.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Responsable des études
- Directeur/trice de Clientèle
- Chef de projet
- Directeur de la création
- Directeur artistique
- Concepteur Rédacteur
- Graphiste
- Data Analyst

En externe

- Clients et annonceurs
- Médias
- Régies

Profil souhaité

Formations recommandées

Formation Bac+5 en communication, marketing, sociologie, sciences politiques ou stratégie d'entreprise

Expériences recommandées

- Le métier de Planneur stratégique junior est accessible en alternance ou après une première expérience en stage. Le métier de Planneur stratégique confirmé est accessible après une expérience de 3 à 5 ans en tant que junior ou sur des fonctions commerciales ou créatives