



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Chef de projet



Missions

Le./la chef(fe) de projet pilote la conception, le suivi et la livraison de projets ou d'événements publicitaires, en coordonnant les équipes internes et les prestataires. Il/elle coordonne les équipes et les campagnes pour un client quelque soit le média. Il/elle est le garant auprès du client du respect des délais, des budgets et des attentes stratégiques associées à ce projet.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de projet

Project manager

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier cœur



Principales activités

- Assurer la gestion d'une campagne de bout en bout, en étant le principal interlocuteur du client, de la réception de son brief (parfois dès l'appel d'offres) jusqu'à la réalisation du bilan de la campagne
- Piloter un projet en élaborant un planning et en allouant des dépenses conformes aux attentes du client et en coordonnant les différents intervenants internes et externes (équipes marketing, techniques, créatives, études) jusqu'à sa livraison finale
- Assurer l'interface privilégiée avec le client pour clarifier les besoins, prendre en compte les doléances, informer régulièrement de l'avancement, proposer des ajustements et garantir la satisfaction à chaque étape.
- Veiller à l'adéquation de la production créative et technique avec le brief client, sa charte graphique, ses attentes et les retours effectués au fil de l'eau
- Suivre les performances d'une campagne : mettre en place les outils de pilotage et de mesure des résultats, collecter et analyser les KPI de l'opération (en coordonnant les équipes pour analyser les résultats, faire le tri des données pour sélectionner les plus pertinentes) pour prendre des mesures correctives si nécessaire en cours de projet et proposer des axes d'amélioration lors des bilans.
- Fidéliser son portefeuille client par la bonne conduite des missions, et développer la relation client en étant force de proposition dans la proposition de campagnes et d'axes stratégiques permettant de répondre à leur problématique (pour un profil de chef de projet senior)

Activités spécifiques au métier dans les Régies publicité Extérieures

Gérer le déploiement des campagnes (livraison des supports publicitaires, PLV), la facturation et le suivi administratif.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Elaborer une campagne en cohérence avec le brief client, ses objectifs et sa propre compréhension du besoin et analyse des leviers à mobiliser, en lien avec les équipes commerciales, créatives et études.

▼ Piloter un projet

- Structurer un projet en amont et déployer tous les outils qui vont en permettre un pilotage efficace
- Mettre en place les instances de gouvernance du projet et les processus de reporting qui vont permettre une bonne communication avec les commanditaires et un contrôle efficace du déploiement
- Mettre en place des tableaux de bord et des reportings dès l'origine du projet pour à la fois suivre de façon rigoureuse l'avancement mais également la délivrance des résultats attendus du projet
- Identifier en amont tous les contributeurs potentiels au projet et les informer de la contribution attendue ainsi que des modalités de collaboration envisagées
- Piloter les éventuels prestataires impliqués dans la réalisation du projet sur tous les aspects : coûts, qualité et délais.

▼ Superviser une campagne de communication

- Assurer la coordination et l'animation du projet à toutes les étapes de celui-ci jusqu'à son achèvement
- Assurer pendant toute la durée du projet une interface efficace avec le client en animant des points d'avancement projets et en faisant preuve d'écoute, de disponibilité et en proposant des solutions adaptées
- Analyser les indicateurs de performance des campagnes publicitaires en lien avec les équipes en charge de la collecte et remontée des indicateurs
- Interpréter les résultats de performance des campagnes publicitaires en lien avec les équipes dédiées et les équipes commerciales, les restituer aux clients et proposer des ajustements si besoin

▼ Négocier, acheter, vendre

- Négocier avec les prestataires pour mobiliser des interventions dans le cadre du budget validé par le client

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Communication écrite
- > Management opérationnel
- > Relation clients
- > Communication orale
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Négociation
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Achats
- > Planification et outils de planification

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 persévérance
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > S'adapter aux changements
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le métier fait face à des cycles projet plus courts, et une exigence accrue de durabilité dans les campagnes. Par ailleurs, le développement des outils de gestion collaborative a ouvert de nombreuses nouvelles perspectives en matière d'animation et de pilotage. D'une manière générale, le métier s'est largement axé sur le digital et l'ensemble des supports digitaux.



Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Planneur stratégique
- Directeur/trice de Clientèle
- Directeur/trice Commercial(e)
- Data Scientist
- Chef de Fabrication
- Traffic Manager
- Directeur artistique
- Concepteur Rédacteur
- Graphiste
- Directeur de la création
- Chef(fe) de publicité

En externe

- Prestataires
- Fournisseurs
- Autres agences travaillant pour le même client



Profil souhaité

Formations recommandées

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

Expériences recommandées

- > 3 à 5 ans en gestion de projets idéalement dans la Publicité Il est possible d'entrer en tant que junior après un stage ou une alternance



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

Chef de projet



Brand content director

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES