



PRODUCTION OPÉRATIONNELLE DU MATÉRIEL DES CAMPAGNES

Responsable de production

Missions

Le Responsable de production supervise et coordonne la réalisation de contenus publicitaires, qu'ils soient audiovisuels, digitaux ou print. Il planifie, budgétise et optimise les moyens techniques et humains nécessaires à la production, en garantissant le respect des délais, des standards de qualité et des contraintes budgétaires. Il travaille en lien avec les créatifs, les annonceurs et les prestataires pour assurer une exécution fluide et efficace des campagnes.

AUTRES APPELLATIONS :

Chef de production

Responsable de production audiovisuelle

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Planifier et gérer les productions en définissant le calendrier, en anticipant les contraintes et en allouant les ressources humaines et matérielles selon les besoins.
- Suivre le budget et optimiser les coûts en élaborant et en gérant les budgets de production, tout en veillant à la rentabilité des projets et à la qualité des livrables.
- Coordonner les équipes et les partenaires en supervisant les équipes internes (graphistes, monteurs, techniciens) et externes (prestataires, fournisseurs) afin d'assurer le bon déroulement des productions.
- Garantir la qualité et le respect des délais en contrôlant la conformité des livrables et en veillant à ce que les échéances imposées par les clients soient respectées.
- Assurer une veille et favoriser l'innovation technologique en suivant les évolutions techniques et en proposant des solutions innovantes pour améliorer les processus de production et optimiser les coûts.
- Participer à la prospection commerciale en contribuant aux réponses aux appels d'offres, en apportant une expertise technique aux propositions écrites et lors des soutenances.

Compétences clés requises

▼ **Piloter un projet**

- Organiser et superviser l'ensemble des étapes de production d'un projet, de la pré-production à la livraison.
- Identifier les ressources humaines et techniques nécessaires à la réalisation des productions.

▼ **Manager et organiser une équipe**

- Gérer les équipes de production en interne et les partenaires externes.
- Adapter le pilotage des équipes en fonction des contraintes et des imprévus.

▼ **Analyser et élaborer une stratégie**

- Définir des axes stratégiques de production en fonction des tendances du marché publicitaire.
- Anticiper les besoins émergents et optimiser les processus de production en conséquence.

▼ **Négocier, acheter, vendre**

- Sélectionner et négocier les contrats avec les prestataires, fournisseurs et freelances.
- Assurer le respect des cahiers des charges et des budgets alloués.

▼ **Superviser une campagne de communication**

- Veiller à la cohérence entre la stratégie de production et la ligne créative des campagnes.
- Contrôler la conformité des livrables avec les attentes des clients et des réglementations en vigueur.

▼ **Assurer la logistique matérielle**

- Gérer l'ensemble des équipements techniques et infrastructures nécessaires aux productions.
- Superviser la gestion des stocks et l'entretien du matériel de production.

Autres compétences

Savoirs

- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Stratégie de production
- > Production audiovisuelle
- > Communication visuelle
- > Outils de gestion de production
- > Réglementation des droits d'auteur
- > Techniques de négociation
- > Plateformes de gestion de contenus
- > Veille technologique

Savoir-être

- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de leadership
- > Gérer son stress

Tendances d'évolution du métier

L'essor du contenu digital et des réseaux sociaux impose une adaptation rapide aux nouveaux formats et plateformes. L'automatisation et l'intégration de l'intelligence artificielle dans les process de production transforment les méthodes de travail et optimisent la gestion des flux de production.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de la production
- Directeur de la création
- Chef de projet

En externe

- Prestataires
- Fournisseurs
- Clients
- Freelances

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en communication, production audiovisuelle ou gestion de projet.

Expériences recommandées

> Une expérience solide en gestion de production ou en coordination de projets est souvent requise.

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

