



DÉPLOIEMENT LOGISTIQUE DES CAMPAGNES ET EXPLOITATION DU PATRIMOINE (OOH/DOOH)

Chargé(e) de diffusion et gestion des campagnes



Missions

Le/La chargé(e) de diffusion et gestion des campagnes est responsable de la mise en place, du suivi opérationnel, de l'analyse et l'optimisation des campagnes publicitaires sur les différents canaux de diffusion. Il/elle assure la bonne exécution des campagnes en fonction des contraintes techniques, des objectifs de performance et des engagements contractuels avec les annonceurs. Il/elle assure la fluidité des échanges entre les équipes commerciales, techniques et créatives.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de Trafic Publicitaire

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Régies communication extérieure

SPÉCIFICITÉS :

Métier coeur

Principales activités

- Planifier les campagnes publicitaires et en assurer la mise en œuvre sur les supports print et digitaux, en cohérence avec le plan média validé.
- Coordonner les opérations en faisant l'interface avec les régies, imprimeurs, afficheurs et équipes internes tout au long du déploiement.
- Superviser la diffusion des campagnes en vérifiant la pose effective des affiches ou la diffusion DOOH, et en traitant les éventuels incidents techniques.
- Réaliser le reporting de campagne en élaborant les bilans, en analysant les performances et en formulant des recommandations d'optimisation.
- Assurer la coordination avec les annonceurs et partenaires en maintenant une communication fluide avec les agences, en transmettant les bilans et en veillant au respect des contraintes techniques et contractuelles.
- Assurer une veille technologique et sectorielle en se tenant informé des innovations en publicité programmatique et des évolutions réglementaires liées à la diffusion publicitaire.

Compétences clés requises

▼ Superviser une campagne de communication

- Gérer les inventaires publicitaires (OOH/DOOH)
- Analyser les performances d'une campagne publicitaire et proposer des ajustements

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Recueillir et analyser les besoins d'un client en prenant en compte ses objectifs
- Conseiller le client et lui réserver des espaces publicitaires de façon optimale

▼ Piloter un projet

- Collecter en interne et en externe les éléments nécessaires au lancement du projet
- Planifier les étapes du projet en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client et les budgets attribués

▼ Maîtriser les outils de planification et de suivi de campagne, notamment Excel, les outils métiers spécialisés et les plateformes DOOH.

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Suivre et interpréter les résultats de la campagne pour en tirer des recommandations stratégiques

▼ Appliquer un cadre juridique ou réglementaire

- Veiller à la conformité des campagnes aux réglementations publicitaires

▼ 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

Autres compétences

Savoirs

- > Culture multimedia
- > Marketing
- > Relation clients
- > Gestion budgétaire
- > Esprit d'analyse
- > Analyse de performance
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Nouvelles technologies
- > Planification et outils de planification
- > Plateformes d'achat d'espace
- > DSP
- > Outils de média trading
- > CRM
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > S'adapter aux changements

Tendances d'évolution du métier

La multiplication des formats et plateformes impose une forte maîtrise des outils de diffusion et des technologies programmatiques. La montée en puissance de la data et de l'IA dans l'optimisation des campagnes transforme également les compétences requises pour ce métier.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur/trice de Clientèle
- Responsable Administration des Ventes
- Data Analyst

En externe

- Annonceurs
- Agences média
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)
- Fournisseurs de data et mesure d'audience

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 en marketing digital, communication ou en sciences des données

Expériences recommandées

- > Une expérience préalable est demandée en gestion de campagnes publicitaires, en ad operations ou en programmation

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

Chargé(e) de diffusion et gestion des campagnes



Responsable Trafic Média

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES