

E1402

ÉLABORATION DE PLAN MÉDIA

Autres emplois décrits

- Acheteur / Acheteuse d'espaces affichage
- Acheteur / Acheteuse d'espaces cinéma
- Acheteur / Acheteuse d'espaces Internet
- Acheteur / Acheteuse d'espaces -NTIC-
- Acheteur / Acheteuse d'espaces presse
- Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires
- Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires web
- Acheteur / Acheteuse d'espaces radio
- Acheteur / Acheteuse d'espaces télévision
- Acheteur / Acheteuse média
- Assistant / Assistante média
- Assistant acheteur / Assistante acheteuse d'espaces
- Chargé / Chargée d'études média
- Chargé / Chargée de plan média
- Chef d'achat d'espaces publicitaires
- Chef de groupe média planning
- Chef de service achat d'espaces publicitaires
- Consultant / Consultante média
- Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization
- Directeur / Directrice d'achat média
- Directeur / Directrice média
- Média acheteur / acheteuse
- Média planneur / planneuse
- Référenceur / Référenceuse web
- Responsable du plan média
- Responsable média
- Traffic manager
- Web planneur / planneuse

Définition

- Elabore le plan média et sélectionne le support (Télévision, cinéma, presse, ...) le plus adapté à la cible de la campagne publicitaire et à la marque/produit, selon le budget alloué et la politique commerciale de l'entreprise ou de l'annonceur.
- Peut négocier l'achat d'espaces publicitaires dans les différents types de supports média.
- Peut coordonner une équipe ou un service.

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un Master (M1, Master professionnel, ...) en économie, commerce, gestion, communication, ... ou avec une expérience dans le secteur de la publicité.

Il est également accessible à partir d'un diplôme de niveau Bac+2 (BTS, DUT, ...) en communication pour le poste d'acheteur.

Compétences

Savoir-faire

Communication, Multimédia

Définir une stratégie de communication

Définir une stratégie média

Élaborer un plan média

Sélectionner des canaux de communication

Réaliser des supports de communication multimédia

Recherche, Innovation	Administrer une enquête, un sondage Réaliser l'analyse d'un produit Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site et les comportements de navigation des visiteurs Établir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias
Relation client	Recueillir et analyser les besoins client
Développement commercial	Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication Réaliser une étude de marché, évaluer le potentiel d'un produit ou service Collecter des informations sur un produit, une marque Acheter des espaces publicitaires Définir le message d'une campagne médiatique Réaliser l'analyse d'une marque
Stratégie de développement	Concevoir et gérer un projet Réaliser le bilan des actions de communication Améliorer le positionnement d'un site web Diriger et gérer un ensemble, une structure, une organisation
Gestion administrative	Assurer la gestion administrative d'une activité
Gestion et contrôle	Réaliser des opérations comptables
Management	Animer, coordonner une équipe
Prévention des risques	Déterminer des mesures correctives
Organisation	Analyser le trafic d'un site web Renseigner, mettre à jour une documentation technique Contrôler la conformité des données ou des documents
Communication	Mettre en ligne une campagne publicitaire
Développement des compétences	Actualiser régulièrement ses connaissances
Savoir-être professionnels	Travailler en équipe Prendre des initiatives et être force de proposition Faire preuve de rigueur et de précision

Savoirs

Domaines d'expertise

Gestion budgétaire
Média de l'affichage
Média de la Presse
Outils de web analyse - web analytics
Search Engine Marketing (SEM)
Analyse statistique
Sociologie

Normes et procédés

Marketing / Mercatique
Marketing digital
Principes de rédaction du plan média
Référencement naturel (SEO)
Référencement web

Produits, outils et matières

Produits de téléphonie

Techniques professionnelles

Techniques commerciales
Techniques de communication orales, écrites et numériques
Techniques de mesure d'audience

Secteurs d'activité

• Communication et marketing
