

4.12 Fiche Métier – COMPETENCES/ Chargé de développement et de promotion publicitaire

1.	Intitulé de l'emploi appellations	• Assistant / Assistante chef de publicité • Assistant / Assistante de publicité d'agence • Assistant / Assistante en publicité • Chef de groupe en agence de publicité • Chef de groupe publicité • Chef de projet publicitaire • Chef de publicité • Chef de publicité d'agence • Chef de publicité junior • Chef de publicité online • Chef de publicité senior • Directeur / Directrice de clientèle d'agence de publicité • Responsable de projet publicitaire
2.	Code	REC/UMA/11301
3.	Famille Professionnelle	Famille Communication média et multimédia / Publicité
4.	Catégorie	Cadre
5.	Définition	Elabore, coordonne le plan de promotion de produits, de sa conception à sa réalisation et organise la campagne publicitaire pour le compte de clients annonceurs selon la stratégie marketing définie. Peut développer un portefeuille de clients.

Peut diriger une équipe et coordonner l'activité d'une agence.

6.

Environnement et conditions de travail

L'activité de ce métier s'exerce au sein d'agences de publicité, de communication, ... en relation avec différents intervenants (équipes de création, service d'achat d'espaces, clients, sous-traitants, ...).
Elle varie selon la taille de l'agence, l'importance des budgets gérés et le mode d'organisation (globale, corporate, ...).

7.

Conditions d'accès

Ce métier est accessible avec un diplôme de BTS ou Licence en marketing, communication et publicité...
Il est également accessible avec un diplôme de Master en marketing, commerce, communication et publicité complété par une expérience professionnelle dans le domaine pour les postes d'encadrement.

Activités principales

- Définir les objectifs de la campagne publicitaire, promotionnelle avec l'annonceur
- Etablir le cahier des charges pour les créatifs, selon la stratégie de communication de l'annonceur
- Sélectionner les projets de campagne, les supports medias et les présenter à l'annonceur pour acceptation
- Planifier, coordonner le projet, les réalisations, les équipes et en contrôler la réalisation
- Répartir le budget de la campagne entre les postes création, fabrication, achat d'espaces, ... selon les types de médias
- Suivre la diffusion de la campagne, analyser les résultats et en réaliser le

bilan

09	Compétences requises
----	----------------------

Nomenclature des compétences

Les savoir faire

Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Prospecter de nouveaux clients,	I	P	M	T
2	Négocier des prestations (réponse à appel d'offres, devis, ...)	I	P	M	T
3	Contractualiser des prestations (réponse à appel d'offres, devis, ...)	I	P	M	T
4	Vendre des espaces publicitaires auprès d'annonceurs, d'agences, de centrales d'achats	I	P	M	T
5	Promouvoir d'espaces publicitaires auprès d'annonceurs, d'agences, de centrales d'achats	I	P	M	T
6	Analyser des informations sur un produit, une marque (situation, marché, publicités précédentes, ...)	I	P	M	T
7	Rechercher des informations sur un produit, une marque (situation, marché, publicités précédentes, ...)	I	P	M	T
8	Utiliser des logiciels de Publication Assistée par Ordinateur -PAO-	I	P	M	T
9	Développer une stratégie de communication	I	P	M	T

Les savoir

Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Spécificités des médias	I	P	M	T
2	Chaîne graphique	I	P	M	T
3	Techniques de marketing	I	P	M	T

4	Techniques de publicité (choix de médias, supports, ...)	I	P	M	T
5	Conduite de projet	I	P	M	T
6	Gestion comptable et administrative	I	P	M	T
7	Techniques commerciales	I	P	M	T
Les savoir êtres					
1	Etre disponible et orienté clients	I	P	M	T
2	Communiquer et gérer ses relations	I	P	M	T
3	Maintenir l'esprit d'équipe et de partage	I	P	M	T
4	Organiser et gérer le temps et les activités	I	P	M	T
5	Savoir se maîtriser et gérer ses comportements et ses émotions	I	P	M	T
6	Faire preuve de rigueur, de précision et de curiosité	I	P	M	T

* I : initiation / P : pratique / M : maîtrise / T : Tutorat /expertise