

Appellations

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

Cet emploi/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.

Conditions d'exercice de l'activité

L'activité de cet emploi/métier s'exerce au sein d'agences conseil en marketing/communication/publicité, d'agences médias, d'entreprises, ... ou en indépendant, en contact avec différents intervenants (chargés d'études, commerciaux, chef de produit, directeur marketing, annonceurs, ...).

Elle varie selon le secteur d'activité (publicité, audiovisuel, ...), l'importance des budgets gérés et le domaine (stratégie, achat d'espaces, ...).

Compétences de base

Savoir-faire		Savoirs
<input type="checkbox"/> Réaliser l'analyse d'un produit <input type="checkbox"/> Réaliser une étude de marché <input type="checkbox"/> Identifier les besoins d'un client <input type="checkbox"/> Réaliser l'analyse d'une marque <input type="checkbox"/> Sélectionner des canaux de communication <input type="checkbox"/> Elaborer un plan média <input type="checkbox"/> Réaliser le suivi d'une campagne de communication <input type="checkbox"/> Déterminer des actions correctives <input type="checkbox"/> Réaliser le bilan des actions de communication <input type="checkbox"/> Mettre à jour une documentation technique <input type="checkbox"/> Suivre l'information médias	Ei Ei Es Ei E Ea Ec Rc C Cr Cr	<input type="checkbox"/> Principes de rédaction du plan média <input type="checkbox"/> Analyse statistique <input type="checkbox"/> Sociologie <input type="checkbox"/> Marketing / Mercatique <input type="checkbox"/> Marketing digital <input type="checkbox"/> Techniques de mesure d'audience <input type="checkbox"/> Techniques de communication <input type="checkbox"/> Gestion de projet <input type="checkbox"/> Gestion comptable <input type="checkbox"/> Gestion administrative

Compétences spécifiques

Savoir-faire		Savoirs
<input type="checkbox"/> Intervenir dans le domaine média de l'affichage <input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour le cinéma <input type="checkbox"/> Réaliser des supports de communication multimédia <input type="checkbox"/> Intervenir dans le domaine média de la Presse <input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour la radio <input type="checkbox"/> Définir le message d'une campagne médiatique <input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour la télévision	A A A A A Ae A	<input type="checkbox"/> Référencement web <input type="checkbox"/> Référencement naturel (SEO) <input type="checkbox"/> Search Engine Marketing (SEM) <input type="checkbox"/> Outils de web analyse - web analytics <input type="checkbox"/> Produits de téléphonie
<input type="checkbox"/> Collecter des informations sur un produit, une marque	Ie	<input type="checkbox"/> Méthodes d'enquête
<input type="checkbox"/> Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire	Ec	<input type="checkbox"/> Techniques commerciales

Compétences spécifiques

Savoir-faire		Savoirs
<input type="checkbox"/> Contrôler la conformité d'une diffusion d'annonce publicitaire	C	
<input type="checkbox"/> Mettre en ligne une campagne publicitaire	Ce	
<input type="checkbox"/> Analyser le trafic d'un site web <input type="checkbox"/> Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site et les comportements de navigation des visiteurs <input type="checkbox"/> Améliorer le positionnement d'un site web <input type="checkbox"/> Etablir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias	Ci Ci Ci I	
<input type="checkbox"/> Définir une stratégie média	E	
<input type="checkbox"/> Diriger un service, une structure	E	<input type="checkbox"/> Gestion budgétaire <input type="checkbox"/> Management

Environnements de travail

Structures	Secteurs	Conditions
<input type="checkbox"/> Annonceur <input type="checkbox"/> Entreprise <input type="checkbox"/> Organisme d'études et de sondage <input type="checkbox"/> Société de conseil <input type="checkbox"/> Société de production audiovisuelle, cinématographique	<input type="checkbox"/> Commerce/vente <input type="checkbox"/> Publicité	<input type="checkbox"/> Travail en indépendant

Mobilité professionnelle

Emplois / Métiers proches

Fiche ROME	Fiches ROME proches
E1402 - Élaboration de plan média <input type="checkbox"/> Toutes les appellations	E1401 - Développement et promotion publicitaire <input type="checkbox"/> Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média <input type="checkbox"/> Toutes les appellations	M1101 - Achats <input type="checkbox"/> Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média <input type="checkbox"/> Toutes les appellations	M1703 - Management et gestion de produit <input type="checkbox"/> Toutes les appellations

Mobilité professionnelle

Emplois / Métiers envisageables si évolution

Fiche ROME	Fiches ROME envisageables si évolution
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	E1103 - Communication — Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	M1402 - Conseil en organisation et management d'entreprise — Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	M1403 - Études et perspectives socio-économiques — Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	M1702 - Analyse de tendance — Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	M1705 - Marketing — Toutes les appellations
E1402 - Élaboration de plan média ■ Toutes les appellations	M1706 - Promotion des ventes — Toutes les appellations