

Appellations

- 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 de plan média
- Chargé / Chargée d'études 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 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	Ei
<input type="checkbox"/> Réaliser une étude de marché	Ei
<input type="checkbox"/> Identifier les besoins d'un client	Es
<input type="checkbox"/> Réaliser l'analyse d'une marque	Ei
<input type="checkbox"/> Sélectionner des canaux de communication	E
<input type="checkbox"/> Elaborer un plan média	Ea
<input type="checkbox"/> Réaliser le suivi d'une campagne de communication	Ec
<input type="checkbox"/> Déterminer des actions correctives	Rc
<input type="checkbox"/> Réaliser le bilan des actions de communication	C
<input type="checkbox"/> Mettre à jour une documentation technique	Cr
<input type="checkbox"/> Suivre l'information médias	Cr

Compétences spécifiques

Savoir-faire	Savoirs
<input type="checkbox"/> Intervenir dans le domaine média de l'affichage	A
<input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour le cinéma	A
<input type="checkbox"/> Réaliser des supports de communication multimédia	A
<input type="checkbox"/> Intervenir dans le domaine média de la Presse	A
<input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour la radio	A
<input type="checkbox"/> Définir le message d'une campagne médiatique	Ae
<input type="checkbox"/> Acheter des espaces publicitaires pour la télévision	A
<input type="checkbox"/> Collecter des informations sur un produit, une marque	Ie
<input type="checkbox"/> Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire	Ec

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	Ci		
<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	Ci		
<input type="checkbox"/> Améliorer le positionnement d'un site web	Ci		
<input type="checkbox"/> Etablir et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias	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

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 prospectives 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