

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, ...).

Activités et compétences de base

| Activités | | Compétences |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Analyser un produit, une marque, identifier le contexte (situation, marché, positionnement, ...) et le besoin du client, de l'annonceur <input type="checkbox"/> Sélectionner les différents médias selon l'objectif visé et les moyens alloués <input type="checkbox"/> Elaborer le plan et la programmation média et les présenter au client <input type="checkbox"/> Suivre les données de mesure et de suivi de la campagne et mettre en place les actions correctives (changement de support, de média, ...) <input type="checkbox"/> Réaliser le bilan de la campagne média, publicitaire <input type="checkbox"/> Suivre et mettre à jour l'information médias | Ei E Ea Ec Ei Cr | <input type="checkbox"/> Sociologie <input type="checkbox"/> Techniques de marketing <input type="checkbox"/> Techniques de communication <input type="checkbox"/> Principes de rédaction du plan média <input type="checkbox"/> Gestion comptable et administrative <input type="checkbox"/> Techniques de mesure d'audience <input type="checkbox"/> Analyse statistique |

Activités et compétences spécifiques

| Activités | | Compétences |
|--|---------------------------------------|--|
| <i>Intervenir dans un domaine média :</i> <input type="checkbox"/> Affichage <input type="checkbox"/> Cinéma <input type="checkbox"/> Multimédia/Internet <input type="checkbox"/> Presse <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Téléphonie <input type="checkbox"/> Télévision | A A A A A A Ar A | |
| <input type="checkbox"/> Collecter des informations (résultats de tests, enquêtes, observations, ...) sur un produit, une marque | Ie | <input type="checkbox"/> Méthodes d'enquête |
| <input type="checkbox"/> Négocier les conditions d'achat d'insertions et d'espaces publicitaires (tarif, périodicité, durée, passage, ...) avec le fournisseur | Ec | <input type="checkbox"/> Techniques commerciales |
| <input type="checkbox"/> Contrôler la conformité de la diffusion des annonces et de leur insertion | C | |
| <input type="checkbox"/> Gérer la mise en ligne de campagnes publicitaires | Ce | |

Activités et compétences spécifiques

| Activités | | Compétences |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Elaborer et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias | I | |
| <input type="checkbox"/> Définir la stratégie média, le concept et le message de la campagne en relation avec les commerciaux, les créatifs, l'annonceur | E | |
| <input type="checkbox"/> Diriger un service, une structure | E | <input type="checkbox"/> Techniques de management <input type="checkbox"/> Gestion budgétaire |

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 <input type="checkbox"/> Toutes les appellations | E1103 - Communication <input type="checkbox"/> Toutes les appellations |
| E1402 - Élaboration de plan média <input type="checkbox"/> Toutes les appellations | M1402 - Conseil en organisation et management d'entreprise <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 | 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 |