

CHEF DE GROUPE

Autre appellation

Responsable d'équipe

Présent dans les secteurs

Agences Conseils en communication

Agences médias

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Le chef de groupe encadre et anime l'équipe de chefs de publicité, de producteurs et de chargés de projet. Il assure le suivi des budgets, dont il a la charge, dans le respect des objectifs définis avec le client. Il coordonne les autres équipes impliquées sur des plans stratégiques, techniques ou créatifs.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Coordonner les équipes

- Encadrement d'une équipe commerciale
- Animation des équipes qui participent à la réalisation d'une campagne
- Coordination des services internes et externes qui interviennent sur des plans stratégique, créatifs et techniques
- Suivi de la production
- Garantie du respect du calendrier fixé

Assurer le suivi budgétaire

- Gestion des budgets, dont il a la charge, en liaison avec les annonceurs
- Participation à l'élaboration des devis de réalisation
- Gestion des budgets alloués aux campagnes de communication

Veiller à la formation des équipes

- Accompagnement des équipes pour la formation continue
- Stimulation de la montée en compétences de son équipe de commerciaux

Démarche commerciale

- Garantie de la démarche commerciale
- Garantie du chiffre d'affaires en réponse aux objectifs commerciaux
- Veille économique de son secteur

Activités spécifiques à certains segments de la branche

En régies publicitaires médias

- Gestion et suivi d'un portefeuille d'agences média

En Agences médias

- Suivi de l'élaboration du plan média et de la réalisation des achats
 - Coordination et contrôle de l'achat réalisé par ses équipes
-

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Création
- Production
- Stratégie, études et analyses marché

Relations avec les acteurs externes

- Clients
 - Agences médias
-

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

Savoir-faire du métier

Manager et animer son équipe et des services internes et externes d'une agence qui interviennent sur des plans techniques et créatifs dans l'élaboration des campagnes

- motiver, mobiliser, et animer son équipe commerciale
- coordonner, dialoguer, et communiquer avec les équipes impliquées en assurant la fluidité de l'information
- élaborer des plannings de production
- assurer la formation continue
- développer la montée en compétences de son équipe
- réaliser des entretiens d'évaluation des membres de son équipe

Contrôler des devis et assurer le respect des objectifs d'un client

- contrôler des devis, la facturation et la rentabilité des budgets, dont il a la charge
- contrôler la bonne exécution des campagnes en collaboration avec le chef de publicité
- assurer le respect des objectifs des clients

Connaissances et maîtrise des outils

- Connaissance du marketing
- Connaissance des secteurs d'activités des clients
- Connaissance de la négociation commerciale et de la vente
- Connaissance du management
- Langues étrangères (anglais) : vocabulaire professionnel que ce soit sur le numérique, la production publicitaire, le marketing, ou la communication en général

FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES

Formation recommandée

Bac +2 d'école de commerce, de publicité ou de communication, d'université ; BTS (management unités commerciales)

Expérience recommandée

Minimum 3 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en tant que commercial