

PILOTE DES OPÉRATIONS DE PRODUCTION

Présent dans le secteur

Régies publicitaires médias

MISSIONS

Le pilote des opérations de production gère la production et la mise en place des offres commerciales d'une régie publicitaire (événements, packs, films de 10 secondes...). Il met en œuvre des outils de pilotage pour veiller à la qualité des produits et conseiller les clients sur certains produits cross média.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Participer à l'élaboration de l'offre commerciale

→ En lien avec des équipes marketing, participation à la réflexion, à l'élaboration et à la mise en place d'offre commerciales : produits (bâches, vidéos/films de 10 secondes à partir d'un print, panneaux, écrans plasma, messages radio, événements divers...), packs (espaces et produits) ; cross média,

Mettre en œuvre et piloter tout ou partie du procédé de fabrication à l'aide d'outils

- Interface entre un client et des sous-traitants
- Interface technique avec la production, les sous-traitants et les fournisseurs
- Organisation, supervision et coordination de la mise en œuvre opérationnelle du déploiement des différentes étapes de production et de planification
- Recherche des meilleurs fournisseurs ou sous-traitants (meilleur rapport coût/délais/qualité)
- Structuration d'une activité, mise en place d'outils de suivi ou d'indicateurs qualité
- Veille à la réalisation de ces produits en interne ou en externe
- Assurance du respect des délais permettant de réaliser une offre pack (produit et support) ou cross média, pour d'apporter une vraie valeur ajoutée pour le client
- Contrôle de la qualité en cours de production et mise en œuvre de mesures correctives
- Assurance de la réalisation de changements (de formats, de couleurs etc.)
- Supervision du bon fonctionnement de toute la chaîne de production en apportant son savoir-faire dans le suivi et l'optimisation de la production, et en orchestrant l'ensemble des intervenants

Faire une veille et un suivi des opérations

- Veille sur l'évolution des méthodes de travail
 - Optimisation de la rentabilité de la production
 - Renseignement des outils de pilotage (tableaux de suivi, plannings, qualité, sécurité...)
 - Analyse des résultats obtenus et réalisation d'un bilan synthétique, voire d'un reporting détaillé selon la demande des annonceurs
 - Enregistrement des indicateurs à l'aide des outils
 - Suivi juridique
 - Gestion et respect des budgets
 - Suivi de la facturation liée à la production, et pilotage de l'effort de relance
-

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création
- Production

Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
 - Agences
-

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

Savoir-faire du métier

Participer à l'enrichissement de l'offre commerciale

- Proposer, grâce à sa connaissance technique des produits et à la faisabilité de production, de nouvelles offres de packs ou de cross média, afin de renforcer l'offre globale d'une régie
- renseigner des équipes commerciales sur des délais de production réalistes et sur des aspects techniques

Coordonner et suivre la production

- renseigner et/ou vérifier des documents de production
- respecter des objectifs de productivité et de qualité
- diagnostiquer et analyser des incidents, des anomalies et/ou des dysfonctionnements, et alerter rapidement le service concerné le cas échéant
- analyser des tableaux de suivi et des indicateurs en apportant des réponses immédiates en termes de rectifications si besoin
- développer des relations de travail partenariales avec des acteurs internes

Connaissances et maîtrise des outils

- Connaissance du pilotage d'une production
 - Connaissance du marketing opérationnel
 - Connaissances législatives (loi Sapin, loi Évin...)
 - Connaissance en gestion de budget
 - Maîtrise de logiciels spécifiques
-

FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES

Formation recommandée

Bac +2

Expérience recommandée

5 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régie publicitaires)