

FICHE MÉTIER

COORDINATEUR DE PRODUCTION

Autres appellations

Gestionnaire de campagnes publicitaires

Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

MISSIONS

Le coordinateur de production organise la production de campagnes publicitaires, gère le trafic (envoi et réception des éléments), et assure le suivi de l'exécution d'un projet, du brief jusqu'à la réalisation des produits finis. Il assure en même temps l'interface entre les services commercial et conseil, création et production. Il veille également au respect des plannings.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Gestion de l'emploi du temps des créatifs et de la production

- Pour chaque projet, évaluation du nombre d'heures de travail nécessaire à chaque intervenant de la création ou de la production
- Participation à l'établissement des plannings et des rétro-plannings de la création et de la production, selon les instructions des équipes commerciales, et en lien avec celles-ci
- Répartition du travail en fonction des disponibilités des collaborateurs impliqués dans la création et la production
- Coordination et contrôle de l'ensemble des plannings en termes d'avancement et de délais

Coordination de la création et de la production

- Organisation de réunions de briefs
- Réalisation de débriefs de production

Optimisation de la productivité et de la rentabilité du service création

- Participation à la redistribution des budgets
- Maîtrise des dépenses externes des collaborateurs freelance : réception des devis, contrôle et communication aux équipes commerciales
- Constitution d'un groupe de ressources externes potentielles
- Négociation de leurs prestations



- Gestion de certains achats de matériel destiné à la création
- Prise en charge du travail administratif et organisationnel des créatifs
- Contrôle de l'adéquation entre la problématique créative et la compétence de l'exécutant
- Vérification du bon déroulement technique de la mise en œuvre des dossiers

Supervision et contrôle d'une campagne publicitaire

- Gestion des plannings de réalisation (exécution, gravure, impression et routage)
- Gestion du trafic (envoi et réception des éléments)
- Gestion administrative des dossiers de fabrication
- Gestion de la facturation, et suivi des fournisseurs
- Contrôle des éléments techniques

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Pilotage de projet**
 - Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet en optimisant les synergies, la communication et les processus, le cas échéant en organisant des réunions
 - Traiter les situations de crise, les incidents, anomalies ou dysfonctionnements dans une production ou une campagne publicitaire via un diagnostic et la proposition d'actions ou d'ajustements
 - Estimer le nombre et le profil des personnes nécessaires à la réalisation du projet, vérifier la disponibilité des personnes en interne pour prévoir l'implication éventuelle des personnels externes
 - Contrôler la bonne exécution d'un projet ou d'une production, le développement d'un outil en termes de délai, de qualité, de méthodologie
 - Définir le budget nécessaire à un objectif à atteindre dans son champ d'action, éventuellement en comparant des bases de prix
 - Développer un réseau de prestataires externes en repérant, en rencontrant et en entretenant un lien avec des profils correspondant aux besoins de son activité (suivi de l'actualité, participation à des salons et réunions professionnelles, consultation des réseaux sociaux...)
 - Planifier les étapes du projet ou de la production en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client interne ou externe, le cas échéant les budgets attribués
 - Réaliser un suivi et établir un bilan en créant ou en alimentant des tableaux de bord, avec les outils appropriés, le cas échéant en personnalisant les indicateurs, en vue d'une analyse et/ou d'un reporting
 - Suivre la facturation de prestations réalisées ou le règlement de prestations demandées en appliquant les procédures de l'entreprise
 - Gérer l'administration d'un projet, d'une vente, d'un service après-vente en appliquant les procédures de l'entreprise
 - Mettre à jour des plannings en fonction de l'avancement de l'activité ou de la campagne publicitaire
- **Management et organisation d'équipe**
 - Répartir les missions ou charges de travail en tenant compte des priorités de réalisation, des effectifs, de leurs charges de travail
- **Négociation et achats**
 - Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client, un prestataire ou un autre service de son entreprise, dans le respect des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par l'entreprise, en identifiant son principal enjeu, en évaluant le rapport qualité-prix et en préparant ses arguments
 - Réaliser des achats en recherchant le meilleur rapport qualité-prix



→ **Veille et documentation**

- Réaliser une veille dans son champ d'action (marché, concurrence, tendances, nouveautés techniques...) par la recherche de l'information auprès de sources pertinentes et l'analyse individuelle ou collaborative de l'information collectée

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance de la chaîne graphique
- Connaissance des métiers de la production
- Capacité à évaluer la potentialité de chaque intervenant d'un projet
- Notions de gestion
- Maîtrise de logiciels (tableurs, traitement de textes, etc.)
- Connaissance de l'anglais

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création

Relations avec les acteurs externes

- Sous-traitants
- Freelances
- Fournisseurs

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

- Pas de recommandations spécifiques



Expérience recommandée

- Expérience de 2 à 3 ans (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en tant que commercial