

FICHE MÉTIER

PLANNEUR STRATÉGIQUE

Autres
appellations

Responsable du planning
stratégique

Segments
d'entreprises

Agences Conseils en
communication

Agences médias

MISSIONS

Le planneur stratégique orchestre et alimente la réflexion stratégique des équipes commerciales, les équipes conseils et les équipes créatives au moyen d'études analysant la culture d'une marque et ses liens avec les consommateurs. Il s'appuie sur des ressources variées résultant d'une veille économique, sociologique et marketing des marchés.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la
branche**Contribuer à la réflexion stratégique**

- Conception et rédaction de stratégies de communication en lien avec les commerciaux et les créatifs
- Conseil et propositions alternatives, créatives et innovantes sur l'architecture et le développement de la communication d'un annonceur
- Apport d'une vue d'ensemble sur un thème spécifique et respect de l'adéquation entre forme, contenu et attentes de la cible

Conduire la production d'études et d'analyses

- Conduite d'études, recherches et analyses sur des sujets spécifiques à partir du brief élaboré par des commerciaux
- Veille économique et marketing des marchés
- Analyse de la culture de la marque et ses liens avec ses concurrents
- Analyse des tendances socio-économiques et socio-culturelles
- Détection de la spécificité d'une marque pour la mettre en valeur, et créer des liens avec un consommateur
- Rédaction de la copy stratégie

Participer à la prospection et aux présentations clients

- Collaboration active lors d'une prospection et aux réponses aux appels d'offres
- Participation aux présentations de la stratégie de communication



- Contribution à l'élaboration de la réponse aux appels d'offres en apportant les dimensions économiques, sociales, culturelles à prendre en compte

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
 - Définir les comportements des consommateurs (opinions, tendances de consommation et de design, courants émergents...) en analysant l'impact des campagnes de communication en cours
 - Elaborer des recommandations pour une stratégie de communication d'un client à partir de l'analyse de la concurrence du client (communication, produits), des caractéristiques du client (histoire de la marque, segmentation des produits...), des comportements des consommateurs, des évolutions du marché, de l'exploitation de données économiques
- **Développement commercial**
 - Elaborer la totalité d'une offre commerciale ou d'une réponse à un appel d'offres ou la partie relevant de son champ d'action (devis, brief, argumentation...) et en assurer la soutenance orale devant le client le cas échéant, à partir de la demande du client ou du cahier des charges, de la stratégie, de l'offre et des moyens de son entreprise
- **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
 - Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
- **Réalisation d'études**
 - Rédiger des questionnaires et constituer des panels de consommateurs en fonction des consignes du directeur marketing
- **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
 - Structurer une veille en organisant et en mettant à disposition l'information collectée



CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance des techniques et outils du marketing
- Maîtrise des études et des chiffres du marché
- Excellente culture générale
- Langues étrangères (anglais) : vocabulaire professionnel que ce soit sur le numérique, la production publicitaire, le marketing, ou la communication en général

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché
- Marketing de l'offre
- Marketing opérationnel
- Création
- Production
- Achat médias
- Exploitation

Relations avec les acteurs externes

- Clients/annonceurs

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

Bac +5

Expérience recommandée

3 à 5 ans dans des fonctions commerciales ou créatives (agences médias, annonceurs, régies publicitaires)