

## FICHE MÉTIER

# CHARGÉ DE PROGRAMMATION

### Autres appellations

Coordinateur, Média vendeur, Chargé de planning

### Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

Agences médias

Régies publicitaires médias

## MISSIONS

Le chargé de programmation réserve et optimise les campagnes publicitaires sur écran. Il assure aussi la vente des espaces de diffusion invendus et conseille les clients en termes de média planning. Il joue un rôle d'interface entre les annonceurs, les commerciaux, et les différents acteurs d'une campagne, tels que le service marketing.

Conseiller le client pour l'achat d'espaces publicitaires (médias et supports à privilégier, choix des moments de diffusion, calendrier de campagne) en visant la maximisation du retour sur investissement (ROI) pour le client

---

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Réceptionner et gérer des demandes de réservation planning

- Réception des demandes de réservation planning
- Vérification des documents et de la validité de la commande
- Analyse des performances sur cible
- Optimisation des plans médias et élaboration de contre-propositions
- Organisation de la diffusion des campagnes de publicité sur différents supports
- Établissement des plannings et de la planification des campagnes sur écran (espaces classiques)
- Réservation des campagnes
- Application des tarifs élaborés par les services commerciaux

#### Vendre des espaces invendus

- Vente des espaces invendus et des événements
- Contrôle de la bonne application des conditions générales de vente et/ou des contrats

#### Suivre les investissements des annonceurs

- Suivi de la diffusion d'une campagne, de la réservation à la diffusion



- Gestion des budgets et des accords spécifiques, en lien avec les commerciaux
- Gestion de la préparation de la facturation des campagnes, en lien avec les services administratifs ou comptables
- Établissement de bilans de campagnes

#### **Fournir des conseils en optimisation**

- Conseil des agences clients dans l'optimisation de leurs achats média
- Développement des relations commerciales d'une agence auprès des clients

---

## COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

### → **Analyse et élaboration d'une stratégie**

- Conseiller le client pour l'achat d'espaces publicitaires (médiats et supports à privilégier, choix des moments de diffusion, calendrier de campagne) en visant la maximisation du retour sur investissement (ROI) pour le client

### → **Pilotage de projet**

- 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

### → **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

---

## CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance des techniques et outils du marketing stratégique, marketing mix, marketing direct, marketing opérationnel
- Connaissance des médias, supports et outils
- Connaissance des études et des chiffres du marché
- Connaissance du médiaplanning

- Connaissances législatives
  - Connaissance de l'EDI publicité et maîtrise de l'application de ses normes
  - Maîtrise des techniques de négociation
  - Maîtrise de logiciels spécifiques
- 

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

### Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché

### Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (agences média)
- 

## PROFIL SOUHAITÉ

### Formation recommandée

Bac +4 à Bac +5 : diplôme(s) d'école de commerce, d'université (option marketing/communication)

### Expérience recommandée

Jeune diplômé ou 1 à 2 ans d'expérience média (agences médias, régies publicitaires)