

FICHE MÉTIER

COMMERCIAL PATRIMOINE

Segments d'entreprises

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Le commercial Patrimoine met en œuvre la politique patrimoniale d'emplacements d'affichage à partir des orientations définies par l'entreprise.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Développer et mettre en œuvre la politique

- Organisation de la prospection de nouveaux emplacements publicitaires au niveau régional et national, en application de la stratégie commerciale de sa direction
- Mise en place d'une veille relative au développement local et à l'amélioration qualitative du patrimoine en fonction des objectifs

Négociation, contractualisation et suivi des baux

- Négociation des baux
- Établissement des déclarations préalables
- Supervision du suivi administratif (données patrimoniales et photos)
- Veille et contrôle du renouvellement des baux

Suivi et développement des partenariats avec des bailleurs

- Représentation d'une entreprise auprès des collectivités ou des municipalités
-

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Développement commercial**
 - Fidéliser le client ou le bailleur d'emplacements en assurant des relations suivies et en lui expliquant ses interventions et ses choix
 - Développer son portefeuille d'emplacements d'affichage en appliquant la démarche commerciale de sa direction
- **Négociation et achats**
 - Négocier des emplacements et concessions publicitaires en appliquant sa stratégie d'acquisition d'emplacements d'affichage en adéquation avec les besoins des clients de son entreprise
 - Négocier des baux en veillant à la bonne application des règles administratives et juridiques
- **Techniques de conseil et d'achat média**
 - Développer une stratégie d'acquisition d'emplacements d'affichage en adéquation avec les besoins des clients et la politique patrimoniale de son entreprise
- **Pilotage de projet**
 - Analyser un tableau de bord, des indicateurs, le cas échéant en utilisant des outils spécifiques, pour mesurer la performance des opérations menées et vérifier l'atteinte des objectifs de délai, d'audience, de budget, de chiffre d'affaires... ou définis dans le cahier des charges, le cas échéant en vue d'un reporting
 - Affiner et rectifier son plan d'action en fonction de l'analyse du rapport coût-efficacité (ROI), de la mesure de l'audience, des tableaux de suivi et de leurs indicateurs

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Maîtrise des techniques de négociation
- Connaissance de l'environnement législatif
- Maîtrise des logiciels spécifiques (tableurs, traitement de texte)

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Production
- Exploitation

Relations avec les acteurs externes

- Municipalités
- Bailleurs

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

Autodidacte

Expérience recommandée

Débutant