

FICHE MÉTIER

PLANNEUR MÉDIA / CHARGÉ DE PLANNING

Autres appellations

Coordinateur, Chargé de programmation, Média vendeur

Segments d'entreprises

Régies publicitaires médias

MISSIONS

Réceptionner des réservations d'espaces de diffusion et gérer les plannings d'occupation d'espaces. Assurer des ventes d'espaces non vendus en conseillant des acheteurs clients en assurant l'interface entre des services marketing et commerciaux.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Réception et gestion 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 du passage des campagnes de publicité dans différents supports
- Établissement des plannings et de la planification des campagnes dans les écrans (espaces classiques)
- Réservation des campagnes
- Application des tarifs élaborés par les services commerciaux

Vente des espaces invendus

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

Suivi des 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 des services administratifs ou de comptabilité
- Établissement de bilans des campagnes

Conseil en optimisation

- Conseil des agences clients dans l'optimisation de leurs achats média

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

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
- Connaissance législative
- Connaissance de l'Edi publicité et maîtrise de l'application de ces 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 : d'école de commerce ; d'université (option marketing/communication)

Expérience recommandée

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