FICHE MÉTIER

RESPONSABLE ADMINISTRATION DES VENTES

Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

Agences médias

Régies publicitaires médias

MISSIONS

Le responsable de l'administration des ventes encadre et optimise les recettes au quotidien en centralisant, analysant et contrôlant les informations du planning d'activité (d'une agence ou d'une régie) et en garantissant la rentabilité des portefeuilles supervisés.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Centraliser, analyser et contrôler les informations du planning d'activité

- Centralisation des informations transmises par les commerciaux
- Vérification des informations reçues
- Contrôle de la bonne application des conditions générales de vente et/ou des contrats
- Suivi des évolutions du chiffre d'affaires
- Proposition d'ajustements pour renforcer la rentabilité en cas de besoin

Surveiller les investissements des annonceurs

- Gestion des budgets et des accords spécifiques en lien avec les équipes commerciales
- Préparation de la facturation des campagnes en lien avec les services administratifs ou de comptabilité
- Élaboration de bilan des campagnes et transmission des bilans aux clients

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
  - 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
  - Suivre la facturation de prestations réalisées ou le règlement de prestations demandées en appliquant les procédures de l'entreprise
- **Management et organisation d'équipe**
  - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
  - Répartir les missions ou charges de travail en tenant compte des priorités de réalisation, des effectifs, de leurs charges de travail
  - Structurer l'activité et faire évoluer des méthodes de travail en fonction d'indicateurs de qualité et defficacité en liaison avec les équipes encadrées

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance du médiaplanning
- Connaissance de l'environnement législatif
- Connaissance d'EDI Publicité (circulation des factures) et maîtrise de l'application de ces normes
- Connaissance en management
- Maîtrise des études et des chiffres du marché

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil

Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (agences média)

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

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

Expérience recommandée

Expérience de 4 à 5 ans (agences médias, régies publicitaires) en tant que chargé de planning