

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE DE DÉVELOPPEMENT ET DU PATRIMOINE

Segments d'entreprises

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Le responsable du développement et du patrimoine de mettre en œuvre et de déployer une politique patrimoniale d'emplacements d'affichage au niveau régional ou national à partir des orientations définies par la direction d'une entreprise d'affichage.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Développement et mise en œuvre de la politique patrimoniale

- Organisation de la prospection des nouveaux emplacements publicitaires en application de la stratégie commerciale de sa direction
- Réalisation d'études patrimoniales
- Rédaction de réponses aux appels d'offres nationaux ou régionaux
- Mise en place d'une veille relative au développement local et à l'amélioration qualitative du patrimoine en fonction des objectifs
- Mise en place d'une veille relative aux appels d'offres publiques

Négociation, contractualisation et suivi des baux

- Négociation des baux ou des concessions
- Établissement des déclarations préalables
- Supervision du suivi administratif (données patrimoniales et photos)
- Veille et assurance des renouvellements des baux

Suivi et développement des partenariats avec des bailleurs

- Représentation de l'entreprise auprès des collectivités ou des municipalités
- Mise en place d'une politique relationnelle avec des bailleurs publics ou privés
- Conception et mise en œuvre de plans d'actions visant à optimiser l'offre patrimoniale
- Définition et mise en place d'objectifs commerciaux
- Gestion et contrôle des budgets
- Participation à l'élaboration de la politique tarifaire en lien avec des commerciaux

Coordination et supervision des équipes

- Coordination, management et animation des équipes qui participent à la réalisation d'une campagne d'affichage
- Contrôle de la qualité du travail de ses équipes

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
 - Elaborer une politique patrimoniale d'emplacements d'affichage sous forme de diagnostic et de plan d'action à partir d'une analyse de la concurrence et des orientations de son entreprise
- **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
 - 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
- **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
- **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**

- Piloter et coordonner des budgets en recherchant la rentabilité d'un centre de profit, en tenant compte de l'objectif final et des conditions de réalisation des projets
- 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
- Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
- 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

→ **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

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Maîtrise des techniques de négociation
- Connaissance du cadre législatif, du Code des marchés publics
- Maîtrise de 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

Bac +2 : BTS

Expérience recommandée

2 à 3 ans d'expérience en tant que commercial ou commercial patrimoine