FICHE MÉTIER

RESPONSABLE DE L'OFFRE

Autres appellations

Responsable de l'offre marketing direct

Segments d'entreprises

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Le responsable de l'offre a la charge du développement de la stratégie de marketing direct en contribuant à la définition de la politique commerciale des régies publicité extérieure.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Développer la stratégie de marketing direct

- Participation à la construction d'une politique commerciale
- Réflexion sur les outils et sur les modes opératoires de son entreprise
- Établissement de l'offre de son entreprise

Réussir le lancement commercial de l'offre

- Vérification de la viabilité technique des solutions envisagées
- Contrôle du pilotage de l'offre avec les éventuels prestataires (sélection du prestataire, négociation du budget, suivi des résultats) ou avec des interlocuteurs internes
- Participation au lancement de l'offre avec les équipes impliquées
- Mise en place du reporting et élaboration de bilans synthétiques
- Veille sur l'évolution du marché, des offres concurrentes, de l'évolution technologique

Diriger et animer des équipes

- Définition des besoins et de l'organisation interne pour la mise en œuvre du plan marketing
- Définition et suivi des modalités de développement du service en tenant compte des implications budgétaires et des attentes
- Mobilisation des intervenants internes et externes

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
  - Elaborer ou développer l'offre de marketing direct d'une régie de publicité à partir d'une analyse de la concurrence de son entreprise (communication, produits), des caractéristiques du client (histoire de la marque, segmentation des produits…), de la stratégie de marketing de son entreprise, des indicateurs du marché des régies de publicité extérieure, de l'exploitation de données économiques, de l'analyse des tendances des clients
- **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
  - Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
  - Briefer des équipes en formulant les attendus de leur production et en proposant des méthodologies adaptées
  - Suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué
- **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
- **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 de l'offre et de la communication
- Connaissance des techniques des supports
- Connaissance de gestion d'un budget, d'un business plan, de tarification
- Connaissance de management

- Maîtrise de logiciels spécifiques
- Bonne culture générale
- Langues étrangères (anglais)

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché
- Création
- Direction générale

Relations avec les acteurs externes

- Clients/annonceurs
- Agences

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

Bac +5 d'école de commerce, d'université

Expérience recommandée

Expérience de 5 ans en marketing direct et management d'une petite équipe (agences médias, annonceurs, régies publicitaires)