FICHE MÉTIER

RESPONSABLE DE PRODUCTION (VIDÉO, WEB, ETC.)

Autres appellations

Web Producer, Directeur technique

CQP

Découvrir le CQP Responsable de production omnicanal

Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

Le métier en vidéo

https://youtu.be/EkqNE21yGWI

MISSIONS

Le responsable de production coordonne et pilote la réalisation technique de campagnes publicitaires ou de projets multimédias et audiovisuels. Il travaille avec des équipes de création, de commerciaux et de production, ainsi que des fournisseurs ou des prestataires de service qui participent à la mise en œuvre concrète d'une campagne. Garant de la qualité technique, il veille aussi au respect du cahier des charges et des délais.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Analyser la commande d'un client et établir un devis

- Participation à la stratégie de communication web ou audiovisuelle: proposition de solutions techniques ou créatives reflétant les idées de l'équipe créative
- Participation en amont aux choix et orientations cohérents pour le client (ex : technique, mise en place d'un jeu sur un site mobile, etc.)
- Conseil technique, artistique et ergonomique (UX)
- Rôle dans la négociation des budgets ou des contrats, établissement des devis en fonction du briefing et des budgets disponibles
- Proposition des meilleurs intervenants techniques sur le marché pour réaliser le projet

Définir l'ensemble des phases techniques du projet

- Élaboration des spécifications techniques générales du projet sur la base du cahier des charges fonctionnel
- Définition des spécifications techniques en fonction de l'architecture du site web et des exigences de l'expert sécurité web
- Évaluation des risques potentiels (technicité, coûts et délais) au cours de la réalisation

- Rédaction des spécifications techniques détaillées du projet

Lancer des appels d'offres et sélectionner des fournisseurs

- Établissement d'un cahier des charges pour la sélection de fournisseurs
- Lancement des appels d'offres
- Réalisation de grilles d'analyse, et sélection des fournisseurs selon les budgets disponibles

Piloter, suivre et coordonner des phases de production

- Mise en place des structures du projet, et des règles de fonctionnement (méthodes, technologies de développement, outils de pilotage, indicateurs…)
- Lancement de la réalisation de la production
- Gestion de la pré-production, de la production et de la post-production
- Pilotage des différentes étapes de la conception web ou audiovisuelle des campagnes présentées aux clients
- Planification et organisation de tests unitaires et de tests de charge
- Analyse et contrôle du résultat client
- Suivi des marges et du reporting financier
- Suivi des contrats d'hébergement
- Contrôle de la facturation
- Garantie de la légalité des productions

Diriger les ressources de développement / production

- Animation et coordination des équipes (designers, graphistes, développeurs et intégrateurs en interne, et stagiaires)
- Gestion de partenaires externes
- Formation, accompagnement de jeunes recrues, de stagiaires, de collègues de la production ou d'équipes commerciales sur des processus de production
- Supervision de la qualité du travail, validation des livrables

Gérer de la relation client

- Transfert régulier des tableaux de bord sur l'état d'avancement du projet
- Maintien d'une relation de confiance

Vendre et prospecter

- Participation à la présentation client, en apportant son savoir-faire production et en justifiant ses choix techniques

Veille technologique

- Assurance d'une veille innovation et technologique à partager

Réaliser une veille technologique

- Veille innovation et veille technologique à partager

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
  - Elaborer et argumenter des solutions techniques et ergonomiques pour la réalisation d'une campagne de communication à partir de sa veille technologique, de l'analyse de l'objectif marketing du client, d'un audit technique chez le client
- **Conception, création**
  - Elaborer le concept créatif d'une campagne de communication au sein d'une équipe pluridisciplinaire, par le biais de réunions de production d'idées (brainstormings), en apportant et en confrontant son analyse et son expertise
- **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
  - Apporter son expertise à des équipes en s'adaptant à leur culture et à leurs besoins
  - Estimer le nombre et le profil des personnes nécessaires à la réalisation du projet, vérifier la disponibilité des personnes en interne pour prévoir l'implication éventuelle des personnels externes
  - Définir le budget nécessaire à un objectif à atteindre dans son champ d'action, éventuellement en comparant des bases de prix
  - Développer un réseau de prestataires externes en repérant, en rencontrant et en entretenant un lien avec des profils corrrespondant aux besoins de son activité (suivi de l'actualité, participation à des salons et réunions professionnelles, consultation des réseaux sociaux...)
  - 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
  - Suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué

- **Management et organisation d'équipe**
  - Développer la montée en compétences de son ou ses équipes en mettant en place des parcours d'intégration, en évaluant les besoins d'apprentissages et en veillant à la mise en place de situations d'apprentissage
  - Répartir les missions ou charges de travail en tenant compte des priorités de réalisation, des effectifs, de leurs charges de travail
  - Transmettre des compétences à son ou ses équipes dans son champ d'expertise, notamment en animant des formations
- **Veille et documentation**
  - Définir des axes de veille dans son champ d'action à partir d'une analyse des évolutions de son entreprise et de l'environnement de cette dernière
- **Production**
  - Résoudre des problèmes d'infrastructures existants pour mettre en œuvre la production audiovisuelle ou web
  - Développer des méthodologies de fiabilisation de la production
  - S'assurer que les productions respectent la législation

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance de la production audiovisuelle et web
- Connaissances générales en informatique : architecture des systèmes, bases de données, méthodologies de développement, logiciels CRM…
- Connaissance des langages de programmation spécifiques à l'Internet et à l'Internet mobile (CSS, Java/J2EE, XHTML, AJAX, PHP, ActionScript, framework…)
- Connaissance de la méthodologie et des outils de tests
- Connaissance des bases de données : Oracle, MySQL
- Connaissance du back-office : CakePHP, Symfony, Zend, SharePoint, WordPress, TYPO3, Drupal, PrestaShop, Magento
- Connaissance des SGBDR et des CMS
- Connaissance des techniques et des outils du marketing stratégique
- Connaissance de la gestion budgétaire
- Maîtrise des méthodologies de développement (cycle en V, en escargot, méthode « agile ») et des méthodes orientées objet
- Maîtrise d'un vocabulaire anglais professionnel: numérique, production publicitaire, marketing, ou communication en général

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création

Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Fournisseurs

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

Bac +3 à Bac +5 : diplôme(s) d'université, d'école d'ingénieur en informatique, d'école de marketing ou d'école de commerce

Expérience recommandée

Expérience de 2 à 5 ans (agences médias) en tant que chef de projet digital technique