MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

**Chargé / chargée de production publicitaire**

**SOUS-FAMILLE :**

Activités publicitaires

**AUTRES APPELLATIONS :**

* Trafic manager
* Responsable trafic
* Responsable planning
* Responsable exécution
* Chargé / Chargée de planning publicitaire

**CODE ROME :**

[E1401-Chef / Cheffe de publicité](https://candidat.francetravail.fr/metierscope/fiche-metier/E1401)

**FINALITÉS :**

En lien avec les commerciaux publicité, le / la chargé / chargée de production publicitaire est responsable de la production, codification et de la réservation ainsi que du suivi des espaces publicitaires en lien avec les attentes des annonceurs.

**Activités**

***Activités principales***

* Production publicitaire
  + Programmer la réservation d'espaces publicitaires
  + Evaluer et optimiser l'espace commercial du site
  + Définir le potentiel de ciblage d'une page
  + Programmer l'affichage des campagnes publicitaires
  + Effectuer le suivi statistique de la campagne
  + Réaliser et adresser des bilans de campagne aux éditeurs, annonceurs, agences de publicité...
  + Suivre et mesurer la performance de la campagne vendue (nombre de visites, durées des visites, taux de conversion, etc.)
* Administration commerciale publicitaire
  + Réceptionner les éléments techniques publicitaires pour transmission à la fabrication et au back office numérique
  + Saisir et codifier les emplacements publicitaires
  + Envoyer les justificatifs de parution publicitaire

**VARIABILITÉ DES MÉTIERS :**

Les plus grands groupes de presse disposent d'une régie publicitaire interne qui est responsable du lien avec les annonceurs afin de les conseiller et leur proposer un plan d'action. Le / la chargée de production peut être chargé / chargée - pour certains annonceurs - de saisir et codifier certains emplacements publicitaires (mettre au format, conception de la page, etc.).

**Compétences**

***Compétences techniques***

* Planifier les échéances d'un planning en tenant compte des contraintes
* Identifier les caractéristiques et contraintes techniques qui exigent d'adapter un chemin de fer numérique
* Analyser la performance des campagnes (détermination et suivi des KPI)
* Réaliser des reporting de l'activité et participer aux bilans

***Compétences relationnelles***

* Formuler des consignes de manière claire et explicite

**Connaissances**

* Environnement professionnel
  + Connaissance de l'environnement, du secteur, des acteurs et de la concurrence
  + Process de production de l'information
  + Gammes de produits et services de l'entreprise
  + Sources d'information de son secteur (base de données, documentation, Internet,..)
  + Connaissance des fournisseurs, des prestataires et des pratiques commerciales
* Techniques web et audiovisuelles

**Voies d’accès et passerelles**

***Profils***

A partir d'un Bac +2 marketing, commerce, communication, publicité

***Expérience***

Une première expérience requise dans la presse, dans la régie ou dans la publicité

**Envie de changer de métier ?**

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Commercial / commerciale publicité
* Responsable de production (vidéo, web, etc.) (Publicité)

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Commercial / commerciale patrimoine (Publicité)