

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

Commercial / commerciale publicité



SOUS-FAMILLE : Activités publicitaires

AUTRES APPELLATIONS : Chef / cheffe de publicité Directeur / directrice de clientèle

CODE ROME : D1402 - Commercial / Commerciale grands comptes et entreprises

Le / la commercial / commerciale publicité a pour fonction essentielle de prospecter et rencontrer les annonceurs et les commerçants, les agences média et les agences de publicité, et de vendre des plans media.

Activités

Activités principales

Prospection et négociation

- Définir un plan de prospection
- Collecter des informations commerciales (objectifs de communication du client, cible, messages...)
- Effectuer un reporting
- Prospecter et rencontrer les annonceurs, les agences média et les agences de publicité

Organisation et pilotage d'une veille stratégique

- Analyser l'univers de concurrence (parts de marché et stratégies commerciales des concurrents...)

Suivi et analyse du lectorat

- Développer, exploiter et enrichir des bases de données clients
- Exploiter les études marketing pour mieux appréhender le lectorat

Suivi et analyse de la stratégie commerciale publicitaire

- Exploiter des canaux de communication diversifiés (vidéos en ligne, réseaux sociaux ...)
- Exploiter de nouveaux axes de diversification commerciale (boutiques virtuelles, sites d'achat groupé...)
- Mettre en place des indicateurs de performance

Variabilité des activités

Les activités du / de la commercial / commerciale publicité peuvent varier selon le support de diffusion du web au print.

Compétences

Compétences stratégiques

Adapter la démarche de vente en fonction des situations ou des profils clients

Identifier les partenaires potentiels à mobiliser autour d'une marque ou d'un produit

Compétences techniques

Argumenter la valeur ajoutée de l'offre par rapport à la concurrence

Conclure et concrétiser une démarche de vente

Définir une cible de prospection en fonction d'une stratégie commerciale

Analyser régulièrement la cohérence des données éditoriales et commerciales

Compétences relationnelles

Négocier les conditions de mise en place d'une offre

Situer et exploiter les sources d'information disponibles

Connaissances

Environnement professionnel

- Connaissance de l'environnement, du secteur, des acteurs et de la concurrence
- Connaissance des fournisseurs, des prestataires et des pratiques commerciales
- Sources d'information de son secteur (base de données, documentation, Internet,...)
- Gammes de produits et services de l'entreprise

Finance et comptabilité

- Etudes de marché, études d'audience et de diffusion

Voies d'accès et passerelles

Profils

A partir d'un BTS ou Bac+3, vente, négociation et relation client, techniques de commercialisation

Expérience

Pas d'expérience requise

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.

