

4.13 Fiche Métier – COMPETENCES/ Planificateur média

1.	Intitulé de l'emploi appellations	<ul style="list-style-type: none"> • Assistant / Assistante média • Assistant acheteur / Assistante acheteuse d'espaces • Chargé / Chargée d'études média • Chargé / Chargée de plan média • Chef d'achat d'espaces publicitaires • Chef de groupe média planning • Chef de service achat d'espaces publicitaires • Consultant / Consultante média • Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization • Directeur / Directrice d'achat média • Directeur / Directrice média • Média planneur / planneuse • Référenceur / Référenceuse web • Responsable du plan média • Responsable média • Web planneur / planneuse
2.	Code	REC/UMA/11302
3.	Famille Professionnelle	Famille Communication média et multimédia / Publicité
4.	Catégorie	Cadre
5.	Définition	
	<p>Elabore le plan média et sélectionne le support (Télévision, cinéma, presse, ...) le plus adapté à la cible de la campagne publicitaire et à la marque/produit, selon le budget alloué et la politique commerciale de l'entreprise ou de l'annonceur.</p> <p>Peut négocier l'achat d'espaces publicitaires dans les différents types de supports média.</p> <p>Peut coordonner une équipe ou un service..</p>	
6.	Environnement et conditions de travail	
	<p>L'activité de ce métier s'exerce au sein d'agences conseil en marketing/communication/publicité, d'agences médias, d'entreprises, ... ou en indépendant, en contact avec différents intervenants (chargés d'études, commerciaux, chef de produit, directeur marketing, annonceurs, ...).</p> <p>Elle varie selon le secteur d'activité (publicité, audiovisuel, ...), l'importance des budgets gérés et le domaine (stratégie, achat d'espaces, ...).</p>	
7.	Conditions d'accès	

Ce métier est accessible avec un Master en marketing, commerce, gestion, communication et publicité, multimédia....
Il est également accessible à partir d'un diplôme de BTS ou Licence complété par une expérience dans le secteur.

Activités principales

- Analyser un produit, une marque, identifier le contexte (situation, marché, positionnement, ...) et le besoin du client, de l'annonceur
- Sélectionner les différents médias selon l'objectif visé et les moyens alloués
- Elaborer le plan et la programmation média et les présenter au client
- Suivre les données de mesure et de suivi de la campagne et mettre en place les actions correctives (changement de support, de média, ...)
- Réaliser le bilan de la campagne média, publicitaire
- Suivre et mettre à jour l'information médias

09 Compétences requises

Nomenclature des compétences

Les savoir faire

Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Analyser un produit, une marque,	I	P	M	T
2	Identifier le contexte (situation, marché, positionnement, ...) et le besoin du client, de l'annonceur	I	P	M	T
3	Elaborer un programme média	I	P	M	T
4	Réaliser des présentations	I	P	M	T
5	Assurer le suivi des données et des campagnes	I	P	M	T
6	Mettre en place les actions correctives (changement de support, de média, ...)	I	P	M	T
7	Réaliser un bilan de la campagne média, publicitaire	I	P	M	T
8	Collecter des informations et des données	I	P	M	T
9	Analyser des informations et des données	I	P	M	T
10	négoier des conditions d'achat d'insertions et d'espaces publicitaires (tarif, périodicité, durée, passage, ...) avec le fournisseur	I	P	M	T
11	évaluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias	I	P	M	T
12	Définir une stratégie média,	I	P	M	T

Les savoir

Réf compétence	Description des compétences				
1	Sociologie	I	P	M	T
2	Techniques de marketing	I	P	M	T
3	Principes de rédaction du plan média	I	P	M	T
4	Gestion comptable et administrative	I	P	M	T
5	Techniques de mesure d'audience	I	P	M	T
6	Analyse statistique	I	P	M	T
Les savoir êtres					
1	Etre disponible et orienté clients	I	P	M	T
2	Communiquer et gérer ses relations	I	P	M	T
3	Maintenir l'esprit d'équipe et de partage	I	P	M	T
4	Organiser et gérer le temps et les activités	I	P	M	T
5	Savoir se maitriser et gérer ses comportements et ses émotions	I	P	M	T
6	Faire preuve de rigueur, de précision et de curiosité	I	P	M	T

* I : initiation / P : pratique / M : maîtrise / T : Tutorat /expertise