

# E1402 - Élaboration de plan média

## Appellations

- Acheteur / Acheteuse d'espaces affichage
- Acheteur / Acheteuse d'espaces cinéma
- Acheteur / Acheteuse d'espaces Internet
- Acheteur / Acheteuse d'espaces -NTIC-
- Acheteur / Acheteuse d'espaces presse
- Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires
- Acheteur / Acheteuse d'espaces radio
- Acheteur / Acheteuse d'espaces télévision
- Acheteur / Acheteuse média
- Assistant / Assistante média
- Assistant acheteur / Assistante acheteuse d'espaces
- Chargé / Chargée de plan média
- Chargé / Chargée d'études média
- Chef d'achat d'espaces publicitaires
- Chef de groupe média planning
- Chef de service achat d'espaces publicitaires
- Consultant / Consultante média
- Directeur / Directrice d'achat média
- Directeur / Directrice média
- Média acheteur / acheteuse
- Média planneur / planneuse
- Référenceur / Référenceuse web
- Responsable du plan média
- Responsable média
- Traffic manager
- Web planneur / planneuse

## Définition

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.

Peut négocier l'achat d'espaces publicitaires dans les différents types de supports média.

Peut coordonner une équipe ou un service.

## Accès à l'emploi métier

Cet emploi/métier est accessible avec un Master (M1, Master professionnel, ...) en économie, commerce, gestion, communication, ... ou avec une expérience dans le secteur de la publicité.

Il est également accessible à partir d'un diplôme de niveau Bac+2 (BTS, DUT, ...) en communication pour le poste d'acheteur.

## Conditions d'exercice de l'activité


L'activité de cet emploi/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, ...).

Elle varie selon le secteur d'activité (publicité, audiovisuel, ...), l'importance des budgets gérés et le domaine (stratégie, achat d'espaces, ...).

## Activités et compétences de base

Activités	Compétences
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Analyser un produit, une marque, identifier le contexte (situation, marché, positionnement, ...) et le besoin du client, de l'annonceur</li> <li>■ Sélectionner les différents médias selon l'objectif visé et les moyens alloués</li> <li>■ Elaborer le plan et la programmation média et les présenter au client</li> <li>■ Suivre les données de mesure et de suivi de la campagne et mettre en place les actions correctives (changement de support, de média, ...)</li> <li>■ Réaliser le bilan de la campagne média, publicitaire</li> <li>■ Suivre et mettre à jour l'information médias</li> </ul>	<p>Savoirs théoriques et procéduraux</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sociologie</li> <li>■ Techniques de marketing</li> <li>■ Techniques de communication</li> <li>■ Principes de rédaction du plan média</li> <li>■ Gestion comptable et administrative</li> <li>■ Techniques de mesure d'audience</li> <li>■ Analyse statistique</li> </ul>

## Activités et compétences spécifiques

Activités	Compétences
<p><b>Intervenir dans un domaine média :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Affichage</li> <li>■ Cinéma</li> <li>■ Multimédia/Internet</li> <li>■ Presse</li> <li>■ Radio</li> <li>■ Téléphonie</li> <li>■ Télévision</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Collecter des informations (résultats de tests, enquêtes, observations, ...) sur un produit, une marque</li> </ul>	<p>Savoirs théoriques et procéduraux</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Méthodes d'enquête</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Négocier les conditions d'achat d'insertions et d'espaces publicitaires (tarif, périodicité, durée, passage, ...) avec le fournisseur</li> </ul>	<p>Savoirs théoriques et procéduraux</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Techniques commerciales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Contrôler la conformité de la diffusion des annonces et de leur insertion</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gérer la mise en ligne de campagnes publicitaires</li> </ul>	
<p> Elaborer et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias</p>	

## Activités et compétences spécifiques

Activités	Compétences
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Définir la stratégie média, le concept et le message de la campagne en relation avec les commerciaux, les créatifs, l'annonceur</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diriger un service, une structure</li> </ul>	Savoirs théoriques et procéduraux <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Techniques de management</li> <li>■ Gestion budgétaire</li> </ul>

## Environnements de travail

Structures	Secteurs	Conditions
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Annonceur</li> <li>■ Entreprise</li> <li>■ Organisme d'études et de sondage</li> <li>■ Société de conseil</li> <li>■ Société de production audiovisuelle, cinématographique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Commerce/vente</li> <li>■ Publicité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Travail en indépendant</li> </ul>

## Mobilité professionnelle

### Emplois / Métiers proches

Fiche ROME	Fiches ROME proches
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>E1401 - Développement et promotion publicitaire</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>M1101 - Achats</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>M1703 - Management et gestion de produit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>

### Emplois / Métiers envisageables si évolution

Fiche ROME	Fiches ROME envisageables si évolution
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>E1103 - Communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>M1402 - Conseil en organisation et management d'entreprise</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toutes les appellations</li> </ul>	<b>M1403 - Études et perspectives socio-économiques</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les appellations</li> </ul>

## Mobilité professionnelle

### Emplois / Métiers envisageables si évolution

Fiche ROME	Fiches ROME envisageables si évolution
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>	<b>M1702 - Analyse de tendance</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>	<b>M1705 - Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>
<b>E1402 - Élaboration de plan média</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>	<b>M1706 - Promotion des ventes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Toutes les appellations</li></ul>