



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Responsable de productions publicitaires multimédias

Famille métier : Fabrication / Production

Domaine d'intervention : Communication externe

En entreprise / organisation

Autres appellations : Problem solver,
Cost controller

Définition du métier

Le responsable de productions publicitaires gère et conseille les investissements en productions publicitaires (film, presse, internet..).

Il est au service de la marque et chargé de faire respecter les valeurs de celle-ci.

Il aide à obtenir une valeur ajoutée du service de production publicitaire.

Il est l'interface entre le service marketing et l'agence de communication.

Missions

Le responsable de productions publicitaires doit convenir, avec la marque, du budget/des coûts nécessaires à la production.

Il influence l'agence dans les choix de productions (choix des réalisateurs...) et doit expliquer ses choix.

Il doit convenir, avec la marque et l'agence, des objectifs de productions.

Il doit expliquer au service marketing le processus de choix des investissements.

Il gère les plannings de production.

Domaine et périmètre d'intervention

Le responsable de productions publicitaires fait partie du service corporate. Il est l'interface entre le service marketing et l'agence.

Il fait le lien entre le directeur marketing et le directeur de création afin d'apporter une valeur ajoutée.

Il intervient dans le cadre de toutes les productions publicitaires pour une(des) marque(s) multimédia(s).

Activités et tâches

Activité 1 : Assure un leadership d'influence

- Tâches :
- Développe une bonne connaissance de l'agence et de son fonctionnement
 - Connaît parfaitement la marque et ses produits
 - Connaît parfaitement la structure de l'entreprise
 - Connaît parfaitement les processus de production, de post-production et de négociation
 - Sait communiquer et convaincre différents types d'interlocuteurs
 - Maîtrise plusieurs langues

Activité 2 : Assure un cost control intelligent

- Tâches :
- Conseille les investissements et aide à leur optimisation les investissements
 - Aide à définir les budgets
 - Aide à la négociation des budgets
 - Influence et participe au choix de production
 - Réalise des analyses et rapports (bilans) afin de justifier les choix

Activité 3 : Développe une bonne connaissance de la marque

- Tâches :
- Connaît parfaitement l'entreprise, ses valeurs, son historique, sa cible, ses concurrents, son marché et son environnement
 - Aide les marques à définir leur territoire de production
 - Est garant des valeurs de la marque et de la société
 - Est garant de la légalité des productions

Activité 4 : Forme ses équipes et prestataires

- Tâches :
- Participe à la création de savoir
 - Forme les jeunes recrues sur le poste
 - Anime des formations dans les trainings officiels
 - Forme l'agence et la production sur les principes, processus, contenus et productions

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de l'entreprise, ses valeurs, sa culture, son organisation, ses produits, son identité, son histoire, son action citoyenne, son rôle dans la société.

Compréhension de l'environnement publicitaire général (des agences de publicité, de tous types de prestataires, du monde digital, des bonnes pratiques).

Connaissance des processus de travail.

Avoir une certaine intelligence humaine afin de comprendre les tenants et les aboutissants.

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Avoir une connaissance pratique et une bonne expérience de tous les types de productions (films, presse, digital, nouveaux médias)

Avoir une pratique courante de l'analyse des faits et chiffres

Avoir une pratique professionnelle d'au moins une langue étrangère

Compétences souhaitées :

Pratiquer couramment les logiciels de bureautique

Bien connaître le monde informatique

Savoir bien présenter les projets

SAVOIR-ÊTRE

Compétences requises :

Grand sens de la communication sous ses différentes modalités

Curiosité d'esprit à l'égard de son activité, de l'entreprise et de l'environnement de l'entreprise

Sens du management (leadership par influence, implication et motivation, charisme et entraînement, force de proposition)

Force de conviction

Capacité d'arbitrage

Ouverture aux autres :

- Très bon relationnel
- Sens de l'écoute
- Empathie

Intérêt pour les nouvelles technologies et leurs enjeux (veille)

Proactivité

Sens pédagogique

Aptitude à l'animation d'équipe

Compétences souhaitées :

Goût pour l'échange

Expression orale