

MarKom

Planificateur/planificatrice en communication

Description générale

Le planificateur en communication (anciennement technicien en publicité) travaille en étroite collaboration avec le chef de la publicité ou avec le conseil en communication de l'entreprise. En agence, il travaille en étroite collaboration avec les conseillers en publicité. Il a des connaissances de base en publicité classique et connaît les liens entre les différentes disciplines individuelles d'un concept de communication intégré.

Tâches

Analyse

Collabore au recueil des données fondamentales.

Stratégie et concept

Planifie et coordonne les mesures arrêtées, allant de la réalisation jusqu'à la livraison et le contrôle.

Activités opérationnelles

Passe les commandes aux partenaires internes et externes et en assure la coordination (depuis la recherche de marché jusqu'au design, production et médias); rédige les demandes d'offre et les commandes pour le pré-pressé et la fabrication, contrôle les devis des fournisseurs et surveille le déroulement des opérations; élabore les compte-rendus, gère les tâches administratives de manière autonome; collabore à la planification des médias à engager (interprétation de données médias, stratégies médias simples); lance les mesures pour le marketing direct et la promotion des ventes; collabore à l'organisation des projets en relations publiques, des projets événementiels et des projets de sponsoring.

Budgets

Elabore et surveille les délais et les budgets.

Gestion des collaborateurs

En règle générale sans responsabilité de gestion, sinon en tant que suppléant.

Position et Responsabilités

Agence de Publicité

Le planificateur en communication travaille en étroite collaboration avec le chef de la publicité ou avec le conseil en communication de l'entreprise. En agence, il travaille en étroite collaboration avec le conseiller en publicité, en règle générale en tant qu'assistant.

Compétences

Compétences techniques

Marketing

Connaissances des systèmes marketing, des instruments marketing et des liens entre les deux; connaissances de base en recherche de marché et de ses fondements et en interprétation de données de base.

Communication intégrée

Connaissances des fonctions et objectifs de la communication marketing et des instruments de communication.

Planification en communication et publicité

Notions concernant les aspects juridico-publicitaires

Médias

Connaissances de base en stratégie des médias; planification, tarification et coordination des interventions médias.

Production

Connaissances solides et détaillées de tous les moyens de communications dans le domaine de la réalisation et de la production; connaissances en techniques pré-presses et en fabrication.

Compétences méthodologiques

- Techniques efficaces de résolution de problèmes et de prise de décision
- Techniques efficaces de travail et de gestion du temps
- Emploi de diverses techniques de présentation
- Emploi de diverses techniques de créativité

Compétences sociales

- Présentation assurée et en adéquation avec les situations (maintien, politesse, etc.)
- Discrétion dans l'utilisation d'informations confidentielles
- Emploi compétent de la communication verbale et non-verbale
- Elaboration de solutions raisonnables lors de conflits
- Facultés intellectuelles
- Aptitudes à diriger
- Volonté au travail