Formation Acheteur d'espaces publicitaires

PostÃ© par: formations-concours
Publiée le : 5/11/2008 8:31:42

Lâ€™acheteur dâ€™espaces publicitaires est derriÃ¨re lâ€™affiche. Câ€™est lui qui nÃ©gocie les meilleurs espaces aux meilleurs prix pour les annonceurs qui sont ses clients. Autres missions : optimiser un budget de campagne publicitaire et offrir le meilleur impact possible Ã ses annonceurs. Lâ€™acheteur dâ€™espaces publicitaires se situe Ã la charniÃ¨re entre les commerciaux et les crÃ©atifs. Â **Description des tÃ¢ches / conditions de travail**En accord avec lâ€™agence et lâ€™annonceur et connaissant le produit et les donnÃ©es du marchÃ©, lâ€™acheteur dâ€™espaces publicitaires choisit parmi les emplacements proposÃ©s. Il doit offrir un support pertinent pour la campagne de publicitÃ© et veiller Ã optimiser les coÃ»ts. Il doit maÃ®triser les mÃ©dias traditionnels et les nouveaux moyens de communication comme les panneaux Ã©lectroniques ou les supports multimÃ©dias. Selon le cas, il sâ€™adresse Ã des entreprises dâ€™affichage, des rÃ©gies publicitaires de radios, de chaÃ®nes TV ou des entreprises de presse. Il recherche le meilleur rapport qualitÃ© prix des supports publicitaires, en tenant compte des pÃ©riodes couvertes par la campagne, du calendrier et du budget prÃ©visionnel. Il doit donc rÃ©soudre lâ€™Ã©quation : nature du produit + calendrier de la campagne + nature du ou des supports = rendement maximum. Cette fonction est devenue extrÃªmement technique, notamment en ce qui concerne les achats TV. Il existe dans ce domaine de nombreux logiciels spÃ©cialisÃ©s. Le sens du dialogue, un goÃ»t Ã©vident pour les chiffres et la nÃ©gociation sont des qualitÃ©s indispensables. Rigueur et prÃ©cision s'imposentÂ dans ce mÃ©tier.Â Une obligation pour exercer ce mÃ©tier : avoir un carnet dâ€™adresses bien rempli.Â

Salaires / revenus Le salaire mensuel dâ€™un dÃ©butant en achat dâ€™espaces sâ€™Ã©chelonne entre 1 600 et 2 100 â‚¬ brut. Mais le salaire se compose souvent d'une partie fixe et d'une partie variable, selon le chiffre dâ€™affaires rÃ©alisÃ© par exemple. Dans cette profession, la performance et la compÃ©tence sont la meilleure indexation du salaire.

Evolution professionnelleLâ€™acheteur dâ€™espaces publicitaires peut Ã©voluer vers des fonctions de management ou de direction dâ€™un service achat ou dâ€™un groupe achat. Lâ€™expÃ©rience, les performances et les qualitÃ©s personnelles dÃ©terminent les promotions possibles dans un milieu professionnel oÃ¹ le turn over est important.Â **Etudes / formations**Il nâ€™existe pas de formation spÃ©cifique correspondant Ã ce mÃ©tier. NÃ©anmoins des connaissances en gestion et en communication sont nÃ©cessaires. Des formations de type BTS ou DUT en information/communication sont recommandÃ©es pour dÃ©buter dans la spÃ©cialitÃ© dâ€™achat dâ€™espaces publicitaires :
- BTS communication des entreprises,
- DUT information communication, option publicitÃ©.

Des formations universitaires peuvent Ã©galement convenir pour prÃ©parer Ã ce type de poste comme des masters professionnels (bac + 4/5) :
- carriÃ¨res technico-commerciales de lâ€™information et de la communication Ã Montpellier 2,
- communication des entreprises et des institutions Ã Paris 3,
- marketing et communication des entreprises Ã Paris 2,

Il en existe beaucoup dâ€™autres accessibles aprÃ¨s une licence. Renseignez-vous auprÃ¨s des SCUIO des universitÃ©s.

Par ailleurs, des Ã©coles de commerce et de gestion ou des instituts spÃ©cialisÃ©s comme les IAE ou le CELSA dÃ©livrent des diplÃ´mes adaptÃ©s aux responsabilitÃ©s professionnelles dans le domaine de lâ€™achat dâ€™espace.Â