

Posté par: formations-concours

Publiée le : 6/11/2008 15:35:15

Appelé aussi responsable commercial, le chef de publicité joue un rôle d'interface entre l'annonceur et l'équipe créative de l'agence. Il est l'homme qui lie entre eux tous les ingrédients nécessaires à l'élaboration d'une campagne publicitaire.

Description des tâches / conditions de travail Les fonctions et les responsabilités du chef de publicité varient normalement selon la taille de l'agence. Dans une petite structure, il est "multi-casquettes" et autonome. Dans les agences plus importantes, il est sous les ordres d'un chef de groupe. Tout d'abord, le chef de publicité doit effectuer un travail commercial. Il entre en contact avec l'annonceur (le client) et définit avec lui des objectifs. Ils établissent ensemble le budget. Puis il recueille le maximum d'informations concernant le produit et son environnement. Il conseille et propose une stratégie de campagne à son client et négocie les budgets. Ensuite, au sein de l'agence, le chef de publicité présente son projet aux équipes techniques et artistiques. Il confie la création de la campagne des créateurs et fait effectuer plusieurs études afin de cerner tous les enjeux de son projet. Il supervise le travail des créatifs et assure le suivi de la campagne. C'est lui qui assure les relations avec le client pendant toute la réalisation de la campagne. Il est aussi gestionnaire et s'emploie à ne pas dépasser les budgets. Si le cas se produit, il doit argumenter pour justifier les dépassements.

Salaires / revenus Le salaire varie de 2 100 à 2 500 €, brut par mois.

Evolution professionnelle Dans une grosse agence, le chef de pub peut être promu chef de groupe. Dans ce secteur, il est fréquent que la mobilité professionnelle soit indispensable à la promotion et à l'accroissement des responsabilités.

Etudes / formations - DUT information conception publicité,
- diplôme d'école de commerce,
- master pro de marketing à l'université.