

> Intitulé de l'emploi

Responsable de la publicité et de l'image

> Autres appellations

> Définition synthétique

Le responsable de la publicité et de l'image est chargé d'analyser les besoins en publicité de la collectivité et de conseiller les services dans la mise en œuvre de leur stratégie de communication.

> Activités principales

- Préparation du travail des créatifs en réunissant un maximum d'informations sur l'événement ou la campagne à médiatiser, leur contexte, les axes de communication habituels...
- Coordination et supervision du travail des créatifs et suivi de la campagne
- Contrôle des budgets et gestion des différents partenaires extérieurs (devis, délais...)

> Compétences requises

Savoir :

- Environnement des médias
- Supports et spécificités (tirage, lectorat, etc.)
- Techniques de publicité
- Nouvelles technologies de l'information
- Logiciels de bureautiques et de PAO

Savoir-faire :

- Étudier et rechercher les informations déterminantes pour la création ou l'exécution de la commande
- Vérifier la qualité du travail et sa conformité au projet initial et apporter les modifications et corrections éventuelles
- Gérer plusieurs projets à la fois
- Relancer les créatifs sur les délais à tenir
- Anticiper les besoins des publics visés
- Concevoir et transmettre un message
- Concilier des activités de création avec des contraintes strictes (budget, délais)

• Comportements professionnels

- Bon relationnel, sens de l'écoute
- Capacité d'adaptation
- Esprit créatif
- Force de négociation
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Sens de l'organisation et de la planification

> Conditions particulières d'exercice

> Tendances d'évolution

Facteurs clés à moyen terme (3-5 ans) :

- Évolution des nouvelles technologies de l'information

Impacts sur l'emploi (qualitatif) :

> Proximité avec d'autres emplois