

Chef de Publicité

Il propose à ses clients les approches publicitaires les plus pertinentes et les supports les plus efficaces pour promouvoir un produit, une marque.

■ Définition de la fonction

Il est responsable de l'image et de la promotion d'un produit. Il travaille en agence ou en entreprise.

Il conçoit avec l'annonceur une stratégie publicitaire en vue de promouvoir un produit, un service, une marque, etc. Il définit les axes de création les plus justes et les supports de publicité adéquats (presse, radio, télé, etc.). Le chef de publicité s'adresse à des créatifs à qui il confie le développement de la création, veillant à ce que les axes définis avec le client soient respectés. Il gère le budget et négocie avec les supports et les prestataires extérieurs.

■ Profil

C'est un négociateur qui sait faire valoir ses vues. Sa qualité d'écoute et son esprit de synthèse lui permettent de restituer à son équipe de création les désirs de ses clients.

■ Salaire annuel brut moyen à l'embauche

23 000 euros à 35 000 euros

Chef de Publicité



Yoann ROTUREAU

- Journal du Sud Ouest
- Promotion 1996

Votre parcours ?

L'IDRAC puis l'armée... Ensuite, ma vie professionnelle débute par un poste de Chargé de mission au sein de la Chambre des Métiers de la Gironde. L'objectif poursuivi était la promotion de l'artisanat dans la région.

En 1998, j'entre au quotidien Sud Ouest en qualité d'attaché commercial : Vente d'espaces publicitaires sur un portefeuille de développement à Cognac. En 2001, une mutation me conduit à La Rochelle pour y effectuer la même mission mais sur un portefeuille d'annonceurs plus dimensionnés.

En 2003, je suis promu chef de publicité. A la mission commerciale, s'ajoute une dimension de management puisqu'il s'agit d'encadrer une équipe de 6 personnes.

Votre conception de ce métier ?

Je prends beaucoup de plaisir à faire progresser chaque individu dans son métier commercial. Cela passe par l'écoute, la compréhension et l'adaptation de mon discours à chaque personnalité.

L'atout majeur pour exercer ce métier ?

Les qualités principales dans mon métier (et sans doute aussi dans tous les métiers commerciaux) sont l'empathie, l'écoute et la pugnacité.

Un conseil à donner aux étudiants ?

Les métiers inhérents à la communication, marketing ou management semblent plus

séduisants que le commerce ou la vente. Cependant, les métiers de terrain (souvent considérés comme dévalorisant pour un étudiant en école de commerce) sont humainement plus enrichissants (on rencontre une plus grande variété de personnes), financièrement aussi (le gain est proportionnel à l'activité générée). Enfin, il me semble aujourd'hui inconcevable de vouloir faire carrière dans le « marketing » sans avoir vécu une relation clientèle réelle. Le terrain est donc indispensable à une progression professionnelle.

“ Le terrain est indispensable à une progression professionnelle ”