



Fiche métier – Planneur.se stratégique

Planneur.se stratégique

Dans quelle(s) structure(s) ?

- Agence-conseil en communication
- Agence media

Rôle

Le/la planneur.se stratégique hume les tendances et « l'air du temps » pour repérer les soubresauts et déceler les vraies évolutions. Il/elle va prendre appui sur toutes ces données pour structurer la réponse stratégique de l'agence au brief* de l'annonceur. C'est la cellule « réflexion » de l'agence. Il/elle va notamment broser le portrait-robot des publics cibles de la campagne ainsi que leurs attentes et décortiquer les avantages de la marque cliente. Cette analyse va introduire la recommandation au client et le mettre en condition pour accueillir le concept de la campagne.

Missions

Multidirectionnelle : sur les attentes et les comportements des consommateurs, les innovations produits, les services, la distribution, la sensibilité aux grands enjeux de société
Mise en avant des éléments essentiels qui caractérisent la marque
Rédaction d'un bilan qui dresse les principales pistes que l'agence devrait suivre

Interlocuteurs

Externes : groupes de consommateurs, annonceur (le jour de la présentation orale du projet de campagne)

Internes : interface entre commerciaux et créatifs

Compétences requises

Bonne culture générale

Sens critique aiguisé

Bonne capacité rédactionnelle

Sens de « l'air du temps »

Logique implacable

Qualités

Curieux, à l'affût des nouveautés

Forte capacité à hiérarchiser les données, à mesurer le réel potentiel d'une tendance

Roi de la synthèse

Formation

Bac + 2 à Bac + 5

Études universitaires à orientation littéraire ou sciences humaines

Grandes écoles (Normale Sup, Celsa, Sciences Po)

Définitions :

* Brief exposé écrit ou oral du contexte et des objectifs assignés à une campagne de communication.

** Veille : collecte d'informations et mise en place d'alertes.