



Directeur(rice) de Clientèle Programmatique

Début dès que possible / **Type** CDI

Orange Advertising est la régie publicitaire d'Orange. Composée d'une cinquantaine de collaborateurs, elle commercialise les espaces publicitaires du Groupe Orange (1^{ère} marque française sur le digital) et de ses partenaires (ViaMichelin & Mappy) sur le web, le mobile et l'IPTV. Acteur majeur et reconnu du marché publicitaire, Orange Advertising est une régie pionnière sur des sujets stratégiques du secteur, tels que la Data ou la Brand Safety.

Votre rôle –

Reportant directement à la Directrice de Publicité Programmatique, le/la Directeur(rice) de clientèle a pour responsabilités principales :

- La définition d'une stratégie de vente sur son portefeuille
- La prospection de nouveaux clients
- L'évangélisation de l'offre programmatique
- La gestion d'un portefeuille d'agences médias et trading desks indépendants, négociation et optimisation du budget des clients
- La négociation de contrats et engagements à long terme
- La définition des indicateurs de performances avec les clients (de la prise de brief à l'analyse des performances)
- Le lien avec les Account Managers, les Audiences Specialists, les Data Analysts
- La proposition d'optimisations sur le marketing de l'offre programmatique
- La veille sur l'écosystème programmatique

Les activités principales –

Situé(e) sur un portefeuille défini d'agences media et d'annonceurs :

1. Activité Commerciale

Vous définissez avec l'aide de votre manager une stratégie de vente sur l'ensemble de votre portefeuille

Vous avez la gestion en transverse d'un portefeuille d'agences & des annonceurs du marché publicitaire français

Vous pilotez, monitorisez et reportez sur le chiffre d'affaire de votre périmètre

Vous avez la charge de développer le business existant en prospectant de nouveaux clients à fort potentiel business

Vous portez sur le marché l'offre dans sa globalité et l'incarnez en la rendant visible

2. Développement du périmètre

Vous mettez en place une veille tactique sur l'écosystème « Vente publicitaire Display » et sur les prestataires technologiques du programmatique

Vous négociez des accords-cadres d'envergure

Vous proposez et suggérez des optimisations sur les supports de vente

3. Réponse aux briefs & Gestion de campagnes

Vous répondez aux demandes et aux sollicitations des clients sur votre expertise

Vous définissez avec eux des KPI et budgets sur leurs campagnes, vous accompagnez vos clients sur les formats, les supports de diffusion et les ciblage data

Vous programmez des campagnes au sein de nos SSP en fonction des formats, des KPIs fixés par les DSP, intégration des cappings afin d'établir différentes stratégies d'enchères

Vous optimisez vos campagnes au quotidien afin d'apporter des mesures correctives adéquates dans le but d'obtenir des performances à la hauteur des espérances de vos client.

Les principaux interlocuteurs –

Vos principaux interlocuteurs sont :

Les équipes de la régie (Marketing, Opérations, Data, Adtech, Administration des ventes)

Les clients agences ou annonceurs du marché français

Les prestataires technologiques sur la diffusion des campagnes

Les atouts du poste –

- Vous rejoignez une des premières régies digitales françaises et avez une vision transverse du marché publicitaire
- L'interaction avec des structures externes : agences media et annonceurs du CAC 40
- La diversité des contacts internes / responsabilité sur une palette d'annonceurs clefs
- Le renforcement d'une expertise media/digitale en croissance
- Un poste qui allie Data, Innovations technologiques & commercial
- Votre terrain de jeu est vaste

L'accompagnement à la prise de poste –

- Un « vis ma vie » est organisé avec chaque équipe de la régie et nos partenaires technologiques
- Durant vos premières semaines, vous accompagnez en rdv client d'autres directeurs de clientèle afin de vous familiariser avec le marché et l'offre publicitaire
- Des formations sur nos outils et les spécificités de la vente de publicité / data vous sont dispensées

Le profil recherché –

Bac+5 minimum

- Au minimum 3/5 ans d'expérience dans l'univers de la publicité programmatique / RTB
- Expérience dans le trafic management
- Maîtrise des outils d'analyse et de gestion des données ainsi que des outils d'Adservering
- Polyvalent et autonome avec des connaissances techniques
- Structuré, Organisé, Bonne présentation, Très bon relationnel
- Capacité à travailler en équipe dans un milieu évolutif, forte capacité d'adaptabilité et un sens du rebond
- Rigueur et Leadership pour coordonner des ressources pluridisciplinaires dans le respect des budgets et timing

Poste de niveau : E

Contacts –

Manager : Coralie Gazoni coralie.gazoni@orange.com

RH : Bastien Lignac bastien.lignac@orange.com