

ORBA – DESCRIPTION DE FONCTION

Fonction	: Agent de promotion (m/f)	Activité	: Commercial
Place dans l'organisation	<p>Chef direct : Manager de promotion dont relèvent les agents de promotion, les assistant(e)s de promotion et les assistant(e)s techniques.</p> <p>Subordonnés: 1 assistant(e) de promotion.</p>		
Objectif de la fonction	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planifier, organiser et réaliser des activités de promotion et de partenariat (publicité), afin d'apporter une contribution optimale à la visibilité (notoriété) de la station radio et de la chaîne TV chez les auditeurs/télespectateurs, dans les limites des possibilités légales et budgétaires imparties. 		
Domaines de responsabilités	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechercher et négocier des partenariats et/ou leur reconduction. ▪ Coordonner les actions de promotion dans le respect des clauses de partenariat. ▪ Assurer le suivi administratif des actions. ▪ Participer à la gestion des budgets de fonctionnement. 		
Interaction sociale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donner des instructions opérationnelles à l'Assistant(e) Promotion. ▪ Assister à des briefings et débriefings périodiques avec le groupe promo régional ; participer à des réunions périodiques avec le service promo pour discuter et commenter les objectifs ; avec les régies publicitaires, avec les partenaires, avec les organisateurs d'événements et avec diverses institutions (bourgmestres, échevins, responsables communaux, etc.) afin d'entretenir les relations. Echanger des informations avec les collègues du service promotion. 		
Exigences spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se servir d'un PC. ▪ Faire preuve de concentration accrue lors des rendez-vous avec les partenaires potentiels afin de défendre l'image de la station radio et/ou de la chaîne TV (négociations). 		

▪ **Tâches principales**

- Rechercher et négocier des partenariats et/ou leur reconduction afin d'associer l'image de la radio et/ou de la TV à des événements. Cela comprend entre autres :
 - planifier des actions de promotion/projets de collaboration sur base des objectifs définis (promo planning);
 - rechercher et contacter (téléphone, lettre, e-mail, visite) les partenaires potentiels;
 - faire des présentations de projets de collaboration aux partenaires (potentiels) et rédiger des rapports de visites;
 - rédiger des offres en suivant des règles et procédures établies;
 - négocier des contrats de collaboration;
 - soumettre chaque nouvelle collaboration à l'appréciation et l'approbation du Manager de promotion;
 - entretenir des contacts réguliers avec les partenaires.

- Coordonner les actions de promotion dans le respect des clauses de partenariat afin de répondre aux délais et budgets impartis. Cela comprend entre autres :
 - contacter et sélectionner des organisateurs d'événements;
 - donner un briefing aux organisateurs d'événements;
 - coordonner les équipes sur le terrain (animateurs, assistants, promo-team, etc.);
 - donner un briefing aux prestataires occasionnels (hôtesses, promo boys, animateurs);
 - organiser la mise en place du matériel technique et des supports visuels (calicots, banderoles, drapeaux);
 - coordonner les actions de l'antenne afin d'effectuer le relais entre les événements et l'antenne ;
 - informer l'antenne et la rédaction à propos des différentes actions sur le terrain en cours.
 - évaluer les actions réalisées.

- Faire le suivi administratif des actions en cours afin d'informer la comptabilité. Cela consiste entre autres à :
 - faire le suivi des offres et des contrats;
 - faire le suivi des budgets (facturation);
 - préparer et coordonner les réunions.

- Participer à la gestion des budgets de fonctionnement afin de rester dans les limites imparties. Cela consiste e.a. à :
 - tenir à l'œil les dépenses pour qu'elles ne dépassent pas les budgets impartis ;
 - faire des propositions de dépenses au supérieur hiérarchique qui doit donner son accord.

Inconvénients:

- Porter des charges (matériel) lors de l'organisation opérationnelle des événements : placement de panneaux, banderoles, ...
- Tension accrue lors des négociations commerciales dans le cadre de partenariats.
- Risque d'accident de la route lors des déplacements nécessaires à l'organisation des événements.