



## **Qui sommes-nous ?**

Totem Experience est une agence laboratoire de créativité digitale dont la vision est de développer et accélérer la créativité digitale pour l'Afrique. Notre groupe possède 3 bureaux (Abidjan, Conakry, Paris) et réalise des projets dans une dizaine de pays africains. Notre portefeuille client est une combinaison de marques internationales et locales (Orange, Total, Ecobank, Blueband, Rama, Coca-Cola, CIE, etc)

Notre expertise se matérialise en 3 offres de service :

Social Média Room : Équipe dédiée à l'accompagnement stratégique et opérationnel de vos réseaux sociaux

Campagne : Combinaison de contenu viral et de stratégie influenceur afin de booster un message clé

Formation : ADICOMDAYS, notre événement annuel des communicants du digital africain et ADICOMDACADEMY, notre programme de formation professionnelles à l'année.

## **Description du poste**

Le chef de publicité est chargé de la mise en œuvre des services de communication et marketing d'un compte client. Après avoir analysé les besoins du client, il doit analyser et traduire le brief client. Cela lui permet de challenger les équipes techniques, de création et de production. Il est le principal interlocuteur du client et doit le conseiller tout au long du projet. Des connaissances avancées du secteur et des métiers du web sont indispensables à la réussite dans notre environnement.

La polyvalence demandée est grande puisqu'il doit cumuler connaissance technique, management (de projets et d'hommes) et service client. Avec, de plus en plus, des compétences avérées en marketing et communication.

Pour coordonner et mener à bien la mise en place de nos solutions, le Chef de publicité cumule une forte culture digitale, de fortes connaissances marketing et communication 360° ainsi qu'une appétence à comprendre les enjeux clients. Il tient



un rôle de Chef d'orchestre indispensable qui s'appuie sur trois critères précis : la qualité du livrable, son coût et son délai.

Il/elle doit parfaitement connaître

- Le langage et les principes de la communication et du marketing
- Les outils et langages du social media (réseaux sociaux) que ses collaborateurs et ses partenaires utilisent.
- Les principes d'une campagne de communication full digitale
- Les principes d'une campagne de communication 360°

Il/elle a une connaissance

- des principes du marketing
- de l'influence marketing
- du langage web dans son ensemble (SEO, SEA, Programmatique, développement,...)
- des principes de la communication traditionnelle
- des principes de la communication média offline

Il/elle possède un sens aigu de l'organisation et l'esprit d'équipe doit l'animer grâce à son leadership.

### **Mission**

Son champ d'action peut parfois être très large, en regard des différents leviers (sites vitrines, portails, e-commerce, mini-sites, applications pour mobiles...) et de toutes les actions possibles : animation de campagnes on-line, mise en œuvre des stratégies de référencement (SEO-SEM), programmes d'affiliation, opérations spéciales, analyse trafic et visibilité, communication d'influence, etc.

Surtout, il/elle possède de réelles capacités de coordination, donc de communication, pour faire avancer les projets, qu'on soit en méthode agile ou pas.

De fait, il/elle est toujours bien informé des nouveautés et évolutions (nombreuses) liées à son métier.

L'anglais technique est un minimum requis.

Principales missions

- Recueil des besoins
- Evaluation de la faisabilité technique en fonction de la stratégie du client
- Conseil en fonction de la stratégie du client



- Elaboration du rétroplanning et du budget projet afin de piloter l'évolution du projet
- Présentation des recommandations clients
- Coordination de l'ensemble des intervenants du projet

### **Sa place dans l'organisation**

Peut reporter à la direction (projet ou commerciale)

Dans la phase de production, il coordonne et encadre à la fois les équipes techniques en interne (graphistes, community managers, rédacteurs, chargés de production...) mais également les prestataires extérieurs et les influenceurs du réseau Totem.

Avec son rôle d'interface, la fonction de Chef de publicité implique donc une bonne connaissance (ou du moins compréhension) des différents corps de métier avec lesquels il/elle travaille.

### **Les aptitudes et compétences**

- de grandes capacités d'organisation,
- un bon niveau d'autonomie pour animer,
- coordonner et conduire un projet,
- de bonnes qualités relationnelles,
- de la curiosité et de la polyvalence pour faire face aux différentes typologies de clients
- esprit de synthèse
- de la rigueur et de la réactivité

### **La formation**

BAC+3 Minimum

### **Le salaire**

Le salaire varie selon l'expérience professionnelle du candidat

### **Evolution de carrière possible chez Totem Experience :**

Poste de direction