

# PROGRAMMATIC TRADER 1/2

## DESCRIPTION

**Le Programmatic Trader** est en charge de l'achat et la gestion globale des campagnes de publicité online pour un portefeuille de clients.

Son expertise des solutions digitales du marché et de son écosystème (DSP, adexchange, SSP, ...) lui permet de piloter les campagnes digitales.

Selon son niveau de séniorité, le Programmatic Trader est l'interface principale entre le client et les équipes techniques et assure l'optimisation de leur visibilité en ligne par un suivi rigoureux des campagnes et un reporting régulier

Il met son expertise au service des clients pour les accompagner au mieux sur les recommandations médias, les créations, le tracking et le choix de data pertinentes pour atteindre les audiences cibles. Il optimise quotidiennement les données sur les plateformes d'achat et de vente en temps réel.

### Autres appellations

Trader Media

## MISSIONS

- Établir les recommandations concernant les audiences, médias, contextes, créations, tracking et le choix de data pertinentes, concevoir les stratégies pour atteindre les objectifs de communication des clients ;
- Déterminer les stratégies d'enchères (bid) qui permettent de répondre aux objectifs des clients ;
- Préparer le set-up des campagnes, veiller au bon déploiement de celles-ci ;
- Piloter l'ensemble des campagnes en s'appuyant sur les outils innovants et en connexion directe ou indirecte avec les partenaires technologiques du marché (DSP et Ad Exchanges, Data Provider) ;
- Assurer un suivi quotidien des remontées des campagnes, optimiser les données sur les plateformes d'achat et de vente en temps réel, procéder aux ajustements de stratégies et de prix nécessaires pour atteindre les objectifs de communication des clients ;
- Maintenir des relations étroites avec les clients et assurer un service de qualité, leur suggérer toute modification importante nécessaire à l'optimisation de ses performances ;
- Établir le bilan de reporting final pour les clients ;
- Participer au développement du chiffre d'affaires de la société par la qualité des prestations réalisées, par la qualité des contacts noués et la fidélisation des clients, et par les suggestions de ventes additionnelles concrétisées ;
- Se tenir informer des évolutions techniques liées au marché programmatique, des offres et prestations de la concurrence et des offres des fournisseurs potentiels de technologies, d'audiences, de data, etc. ;

## COMPÉTENCES

- Bonne maîtrise des outils informatiques (suite office) et selon expérience des DSP
- Solides connaissances en publicité digitale
- Aptitudes relationnelles et commerciales
- Connaissances techniques (adserving, tracking, trafficking)
- Sens de l'organisation
- Esprit d'analyse, goût pour les chiffres

# PROGRAMMATIC TRADER 2/2

## FORMATION

**Formation** : souvent diplôme Bac +5 (Master, École de commerce) ou école d'ingénieur

**Provenance** : Account Manager, responsable acquisition

## DÉBOUCHÉS

Postes en agence media, Trading Desk, DSP ou chez l'annonceur

## TESTIMONIAUX

**Valeur ajoutée de la fonction** : "dans un monde qui évolue de plus en plus vite mon rôle est avant tout d'être un bon pédagogue et de pousser la solution qui correspond aux besoins clients "

**Une journée type** : "un rendez-vous client ; un travail de reporting pour donner de la lisibilité et de la compréhension aux performances d'une campagne ; un call avec un AD d'un autre pays pour obtenir un business case utile à mon client, une formation sur un nouveau service de mon entreprise, never stop..."

**Votre job idéal dans 1 an** : "un poste similaire dans un autre pays ou tout simplement dans une entreprise de taille plus petite pour qu'il y ait moins de process"