

## Consultant programmatique

**Rattaché à la direction programmatique (Damien Bourgeois) et en concertation avec la direction commerciale.**

**Poste basé à Lyon.**

Vous avez déjà une première expérience sur le programmatique digital et des connaissances les leviers d'acquisition en marketing digital. Passionné par cet univers, vous êtes désireux(se) de développer vos compétences sur l'univers du programmatique Média.

Le groupe Partenaire, apporteur de solutions hyper-locales et relais des grandes marques média nationales, vous offre l'opportunité de vous former au conseil programmatique et de devenir un expert sur ce nouveau mode d'achats d'inventaires médias.

### **Votre Mission :**

Après une période de formation intensive vous participerez activement au développement du conseil programmatique auprès des annonceurs et agences du Groupe Partenaire.

Vous conseillerez et accompagnerez les équipes commerciales de Lyon et de Lille dans leurs démarches auprès des prospects et des clients pour ce qui concerne les offres, services et dispositifs programmatiques de nos annonceurs.

Vous participerez à la mise en place technique des campagnes programmatiques avec les traders médias ainsi qu'à l'analyse des bilans pour nos annonceurs.

Au quotidien, vous travaillerez pour le pôle de conseil programmatique Tamino au sein des équipes commerciales sur le Bureau de Lyon.

Nous ferons de vous un expert du programmatique marketing. Nous vous apporterons une triple expertise en stratégie, analyste programmatique et marketing digital, que vous pourrez déployer chez nos clients.

### **Votre profil :**

Issu d'une grande école ou enseignement supérieur avec une spécialisation sur le marketing digital vous avez déjà une première expérience de minimum un an sur le programmatique digital.

Vous dotez d'une grande capacité d'apprentissage, et vous êtes pro-actif dans votre formation.

Vous connaissez les leviers digitaux autour des indicateurs : CPC,CPV,CPA,ROI, DTS....

Vous maîtrisez les données techniques, comme le tracking, nécessaires au fonctionnement d'une campagne digitale.

Vous avez une bonne connaissance du fonctionnement du Trading desk et des acteurs sur le programmatique, pour opérer l'achat d'un inventaire média.

De même vous avez une expertise sur les usages des solutions Martech comme les DSP, DMP, ainsi que l'adservering et le DCO.

Organisé, volontaire, déterminé, vous savez convaincre vos collègues et vos futurs clients.

Sympathique, organisé vous aimez le travail en équipe

Doté d'une force de proposition, vous êtes volontaire d'atteindre un objectif.

### **Votre Rémunération :**

- 30K€ à 35K€ Fixe et Variables selon profil
- Tickets Restaurants
- Remboursement aux transports en commun ainsi qu'à tous les frais déplacements.

### **Qui sommes-nous :**

Créé en 1991, Partenaire est un Groupe Médias référent dont la vocation est d'accompagner les clients (annonceurs et agences) dans l'élaboration et la mise en œuvre de solutions de communication presse et digitale sur mesure.

Partenaire propose des solutions multi-supports personnalisées, garantissant des réponses efficaces aux stratégies de communication des annonceurs. L'offre de Partenaire se développe autour de trois grands pôles d'expertise : le programmatique, les marques éditeurs, et la création de contenu.

Véritable relais local des marques media nationales, Partenaire porte les offres de plus de 60 marques médias premium, toutes reconnues pour leur performance, leur notoriété et leur qualité éditoriale. Le Figaro, L'Express, Grazia, Biba, Top Santé, Pleine Vie, Télé Star, Marmiton, Aufeminin, La Chaîne Météo, BFM, Allociné, Boursorama, etc....

Enfin, avec six agences en France, Partenaire place la proximité et l'innovation au coeur de son engagement client.

**Pour postuler**

Envoyez votre CV et expliquez-nous dans votre mail pourquoi vous êtes fait pour ce poste.

Adresse : [d.bourgeois@partenaire.fr](mailto:d.bourgeois@partenaire.fr)