



# PLANNEUR STRATÉGIQUE

Esprit analytique et de synthèse,  
il prend de la hauteur pour fixer la bonne voie



## DESRIPTIF

Organisé et créatif, le planneur stratégique réalise une **veille permanente**, à 360°, sur les marchés des principaux clients d'une agence : environnement concurrentiel, enjeux structurels et économiques, évolutions du marché, grandes tendances, positionnement stratégique et prises de parole des acteurs, angle de communication dudit marché (études, revue de presse, pige réseaux sociaux et web, benchmarks, etc.)

Les conclusions qu'il tire de cette veille servent à nourrir le travail du directeur de clientèle, du concepteur-rédacteur et du directeur artistique / scénographe **lors des consultations**. Son rôle consiste alors à transmettre toutes ces données de marché synthétisées à l'équipe qui va travailler sur la compétition et à **assurer la bonne compréhension du brief**.

Grâce à sa connaissance du client et du marché, il est aussi en **capacité de challenger le brief** car il connaît les attentes des parties-prenantes du client final. Ses observations quotidiennes permettent de produire des propositions rationnelles, basées sur des observations et des faits plutôt que sur du « feeling ».



## MISSIONS

- Identifier et analyser les tendances émergentes
- Réaliser la veille du marché / société / innovation pour nourrir les équipes
- Décrypter et reformuler le brief du client
- Comprendre les publics ciblés et déceler les insights pertinents
- Comprendre les enjeux du client : contexte, écosystème, business et communication
- Préparer, structurer et animer le brainstorming créatif
- Proposer un positionnement stratégique gagnant



## PLACE DANS L'ÉQUIPE

Le planneur stratégique collabore de manière étroite avec le directeur de clientèle et le concepteur-rédacteur, en première ligne sur les appels d'offres.



## QUALITÉS ET COMPÉTENCES

- Grande culture générale et capacité à prendre de la hauteur, à ne pas avoir d'idées préconçues, à être cohérent dans sa réflexion
- Curieux et ouvert d'esprit, il sait flairer les tendances.
- Connaissance des techniques et sources de veille contemporaine
- Capacité d'analyse et de synthèse
- Capacité de décodage d'univers de métiers complexes et variés
- Empathie vis-à-vis du client et du consommateur final



## PARCOURS DE FORMATION

Certaines agences donnent le titre de planneur stratégique à leurs concepteurs-rédacteurs, tandis que d'autres séparent ces activités.

Le planneur stratégique est souvent un concepteur-rédacteur événementiel qui a développé sa connaissance dans des domaines spécifiques et qui a enrichi sa culture générale (marketing, artistique, technologique) → Voir la fiche-métier « Concepteur-rédacteur ».

Les autres planneurs stratégiques viennent d'un autre secteur de la communication ou du marketing.

Pour « prendre de la hauteur afin de fixer la bonne voie », le planneur a besoin de bons outils intellectuels. Sa formation d'un niveau (bac +4/5) peut relever de plusieurs disciplines.

- **Formation apportant une bonne culture générale économique et sociale :**  
Sciences-Po. Ecoles de commerce. M2 Economie.
- **Formation en communication et journalisme :** Celsa. Ecole de journalisme. MBA planning stratégique SupdePub/Inseec. Audencia Sciencescom. Ecole Estienne. M1/M2 information et communication. MBA Création et stratégies publicitaires Efad. Master stratégie de marque et marketing d'influence IICP. Bachelor Influence et stratégie de l'événement Iscom.
- **Formation universitaire aidant à analyser, à décrypter la société, les tendances :**  
Sociologie, Marketing, Sémiologie, Philosophie.
- **Formation de la filière événementielle**  
LÉCOLE (bac +4/5 en alternance) ? orientée vers le pilotage de projet, dispense quelques cours sur la conception-rédaction. L'Institut de l'événement propose des modules en formation continue : conception-rédaction, stratégie de contenu B-to-C.

Sur le CV, la différence se fera aussi grâce aux stages et à la pratique de l'anglais (ou d'une autre langue). Une grande curiosité est aussi indispensable (tendances, nouveaux concepts, design, expos, réseaux sociaux, médias, innovations, etc.).