



Développeur(euse) d'audience de plateformes

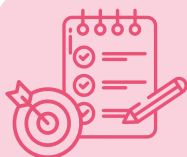
Appellations voisines : Chargé de l'acquisition d'audience, Chef de marché streaming, Streaming manager



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le développeur d'audience de plateforme travaille en étroite coordination avec :

- le service marketing,
- les équipes data et analytiques (ou le data analyst),
- la direction artistique et les chefs de projets.



MISSIONS

Le développeur d'audience de plateformes conçoit, met en œuvre et pilote la stratégie de développement des audiences sur les plateformes de streaming et de diffusion. Son objectif est de maximiser la visibilité, l'engagement et la découvrabilité des artistes, des œuvres et des catalogues sur ces espaces numériques. Plus particulièrement, il :

- analyse les données d'écoute, d'ajouts en playlist, de partages et de fidélisation pour identifier les tendances de consommation ;
- optimise la présentation et la valorisation des catalogues à travers la gestion des métadonnées, visuels et descriptifs ;
- collabore avec les plateformes de streaming pour promouvoir les sorties et améliorer la position éditoriale (playlists, bannières, suggestions algorithmiques) ;
- met en place des campagnes ciblées d'acquisition et de fidélisation (publicités intégrées, notifications, recommandations sponsorisées) ;
- coordonne la collecte et la structuration des données issues des plateformes et en assure le reporting auprès de la direction marketing et des labels ;
- participe à la veille concurrentielle et technologique pour anticiper les évolutions des plateformes et adapter les stratégies de diffusion.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à plusieurs niveaux de responsabilité : assistant / analyste junior, responsable de la stratégie d'audience, directeur digital marketing.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- être positionné sur une activité très analytique (axé sur les indicateurs de performance et la data) ou plus stratégique (pilotage global de l'audience et coordination marketing) ;
- assurer des missions de gestion de métadonnées ou de relation avec les plateformes de diffusion (dans les structures indépendantes).
- s'intégrer à une équipe dédiée au marketing digital et à la performance des contenus (dans les grands groupes).
- gérer le catalogue patrimonial, en plus des nouvelles sorties, pour renforcer la valorisation du fonds.

Photo : ©AdobeStock



Développeur(euse) d'audience de plateformes

Appellations voisines : Chargé de l'acquisition d'audience, Chef de marché streaming, Streaming manager



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Analyser le trafic d'un site web via les outils de web analyse / web analytics
- Piloter la stratégie d'audience en lien avec les services marketing et distribution
- Gérer et optimiser les métadonnées pour améliorer la découvrabilité des titres et albums
- Concevoir et suivre des campagnes d'acquisition et de fidélisation sur les plateformes
- Concevoir des tableaux de bord pour le suivi des performances
- Assurer une veille artistique
- Interpréter les données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des utilisateurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Plateformes de streaming et leur interface professionnelle
- Langages des navigateurs webs (HTML/CSS/Javascript)
- Compréhension des modèles de monétisation (écoute, abonnement, synchronisation, etc.)
- Outils de marketing digital
- Outils de web analyse / web analytics
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Droits et obligations issues du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de développeur d'audience de plateforme est accessible à partir d'une formation de niveau Bac + 5 ou équivalent dans des domaines du marketing digital, data marketing, du commerce et de la gestion (en universités, en écoles de commerce...).

Expérience :

Le métier de développeur d'audience de plateforme est accessible après 1 ou 2 années d'expérience dans l'analyse de données, le marketing musical ou la distribution numérique.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de promotion, community manager, responsable innovation et Marketing digital, coordination social media & influence, responsable contenus**
- Par la formation : **Chef de projet, chef de produit, chargé éditorial**
- Par reconversion : **Métiers commerciaux (chargé de partenariat, commercial, représentant), data analyst**