

FICHE MÉTIER

CONCEPTEUR - RÉDACTEUR / RÉDACTEUR WEB

Segments d'entreprises

Agences Conseils en
communication

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

Le métier en vidéo

<https://youtu.be/ZQzvS30rnc8>

MISSIONS

Concevoir le message publicitaire d'une campagne et proposer des concepts déclinés en messages des marques.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Participation à l'identification d'un thème de campagne

- Participation à l'analyse de la stratégie marketing d'un client
- Participation à l'élaboration du brief et du concept créatif

Conception et rédaction du message publicitaire

- Conception des différents messages publicitaires
- Déclinaison des messages ou des scénarii pour chaque support
- Élaboration des différentes étapes de la conception d'une campagne présentées aux clients
- Préconisation des choix sonores et des visuels

Suivi de la réalisation, des étapes de production et de la diffusion

- Mise en œuvre d'une campagne publicitaire
- Coordination avec le directeur artistique des équipes réalisant la campagne
- Mise en place d'un plan d'actions
- Supervision de l'exécution et contrôle des travaux de réalisation et des projets des assistants

Respect des budgets et des délais

Vente et prospection

- Assistance à la présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication
 - Participation à la réalisation des réponses à appels d'offres
-

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Conception, création**
 - Elaborer le concept créatif d'une campagne de communication au sein d'une équipe pluridisciplinaire, par le biais de réunions de production d'idées (brainstormings), en apportant et en confrontant son analyse et son expertise
 - Concevoir le message publicitaire d'une campagne de communication à partir des indications du directeur de la création, de l'orientation donnée par le directeur artistique, en vérifiant l'adéquation du message avec l'identité de marque, les objectifs de la campagne, l'idée créative

→ **Pilotage de projet**

- Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet en optimisant les synergies, la communication et les processus, le cas échéant en organisant des réunions
- Briefer des équipes en formulant les attendus de leur production et en proposant des méthodologies adaptées
- Estimer le nombre et le profil des personnes nécessaires à la réalisation du projet, vérifier la disponibilité des personnes en interne pour prévoir l'implication éventuelle des personnels externes
- Piloter un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges, en lançant l'appel d'offres, en analysant les offres, en négociant avec les partenaires, prestataires ou fournisseurs retenus
- Contrôler la bonne exécution d'un projet ou d'une production, le développement d'un outil en termes de délai, de qualité, de méthodologie
- Vérifier la faisabilité d'un projet en fonction de la réalité budgétaire d'un client et d'une agence
- Définir le budget nécessaire à un objectif à atteindre dans son champ d'action, éventuellement en comparant des bases de prix
- Développer un réseau de prestataires externes en repérant, en rencontrant et en entretenant un lien avec des profils correspondant aux besoins de son activité (suivi de l'actualité, participation à des salons et réunions professionnelles, consultation des réseaux sociaux...)
- Planifier les étapes du projet ou de la production en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client interne ou externe, le cas échéant les budgets attribués
- Suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué

→ **Veille et documentation**

- Réaliser une veille dans son champ d'action (marché, concurrence, tendances, nouveautés techniques...) par la recherche de l'information auprès de sources pertinentes et l'analyse individuelle ou collaborative de l'information collectée

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance du marketing
- Connaissance de gestion
- Connaissance de l'animation d'une équipe

- Connaissance de l'art et des mouvements artistiques nationaux et internationaux
- Parfaite maîtrise de la rédaction
- Maîtrise de logiciels spécifiques liés à la création
- Bonne culture générale
- Langues étrangères

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché
- Production

Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Prestataires externes

PROFIL SOUHAITÉ

Formation recommandée

- Bac +2 à Bac +5 : écoles de communication, université, école de journalisme
- Autodidacte

Expérience recommandée

- Jeunes diplômés avec stages ou d'autres expériences