

## FICHE MÉTIER

# DIRECTEUR DE LA CRÉATION

### Autres appellations

Directeur de création

### Segments d'entreprises

Agences Conseils en  
communication

## MISSIONS

Identifier dans l'analyse de la stratégie marketing d'un client une idée forte et la traduire en orientations artistiques en s'appuyant sur des équipes de créatifs qu'il anime et des équipes de planning stratégique et en assurant la mise en œuvre de la conception d'une campagne présentée aux annonceurs.

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Identification d'une idée créative et traduction en orientations artistiques

- Proposition d'une orientation conceptuelle et artistique et des axes de réflexion à ses équipes afin de répondre aux besoins d'un client
- Analyse de la stratégie marketing d'un client avec des équipes planning et commerciales en vue de l'initialisation de la création et de la définition d'une campagne
- Initiation et pilotage des différentes étapes de la conception d'une campagne présentées aux clients du rough (l'esquisse), jusqu'à la validation finale par le client
- Validation, perfectionnement et sélection des propositions de campagnes par ses équipes
- Veille à la qualité et aux délais des travaux réalisés par ses équipes

#### Prise en compte des réalités budgétaires d'un client

- Mesure des réalités budgétaires et stratégiques d'un client : ajuster la pertinence de la création à la réalité budgétaire d'un client
- Gestion et respect du budget

#### Animation et encadrement des équipes de créatifs

- Coordination des équipes créatives : répartition des tâches, mise en place d'un plan d'actions
- Supervision de la qualité du travail de ses équipes

#### **Vente et prospection**

- Présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication
- Représentation de l'agence auprès des clients
- Participation au développement de l'agence

#### **Veille créative**

- Mise en place d'une veille créative : dénicher des talents créatifs

---

## **COMPÉTENCES CLÉS REQUISES**

#### **→ Analyse et élaboration d'une stratégie**

- Elaborer des campagnes publicitaires en adéquation avec les cibles et le budget des annonceurs, à partir de l'analyse des caractéristiques du client (histoire de la marque, segmentation des produits...), des objectifs marketing et des résultats des campagnes précédentes du client, de sa veille

#### **→ 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
- Rendre les campagnes de communication créatives par l'animation de brainstormings d'équipes pluridisciplinaires et par le lancement de briefs aux équipes créatives visant à faire émerger de nouveaux projets

#### **→ Développement commercial**

- Elaborer la totalité d'une offre commerciale ou d'une réponse à un appel d'offres ou la partie relevant de son champ d'action (devis, brief, argumentation...) et en assurer la soutenance orale devant le client le cas échéant, à partir de la demande du client ou du cahier des charges, de la stratégie, de l'offre et des moyens de son entreprise



- **Pilotage de projet**
  - Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
  - Briefier des équipes en formulant les attendus de leur production et en proposant des méthodologies adaptées
  - 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...)
  - Suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué
- **Management et organisation d'équipe**
  - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
- **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
- Connaissances des technologies de création
- Maîtrise de logiciels spécifiques liés à la création
- Connaissance de gestion
- Connaissance de l'animation d'une équipe
- Bonne culture générale
- Langues étrangères



## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

### Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

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

### Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Médias
- Prestataires externes

---

## PROFIL SOUHAITÉ

### Formation recommandée

Bac +2 à Bac +5 : écoles d'art ou de communication, beaux-arts, arts appliqués, universités

### Expérience recommandée

Minimum 5 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en tant que directeur artistique ou concepteur-rédacteur