



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Concepteur-rédacteur (Conceptrice-rédactrice)

Famille métier : Création et contenus

En agence

Autres appellations : Copy-writer

Définition du métier

Le concepteur-rédacteur conçoit et rédige les messages des campagnes de communication et/ou de publicité.

Il est un spécialiste du texte, qui doit avoir le sens des mots et de la formule choc, mais c'est également un créateur qui s'appuie sur les modes, les goûts du public et les phénomènes de société.

Il crée le slogan accrocheur ou la phrase choc qui permettra au client de toucher au mieux le public visé.

Missions

Le concepteur-rédacteur conçoit un message adapté pour tout type de supports.

Il récupère toutes les informations nécessaires à la compréhension de la stratégie de la campagne (via le brief créatif : cibles, supports retenus, définition du produit,...).

Il doit résumer une stratégie commerciale en une idée ou phrase forte, simple et originale.

Il suit, après validation, toutes les phases du projet (mise en page des textes, mise en page des images, choix du format, de la police, de la maquette, de la typographie,...).

Il présente la campagne, explique ses choix et trouve l'argumentation la plus percutante pour convaincre le client.

Domaine et périmètre d'intervention

Le concepteur-rédacteur travaille en agence et est rattaché au directeur de création.

Il est en collaboration directe avec le directeur artistique.

Il peut aussi collaborer avec le service études et les planneurs stratégiques ou les médiaplanneurs.

Activités et tâches

Activité 1 : Évalue le besoin du client

- Tâches :
- Prend connaissance des informations issues du brief créatif (stratégie de communication)
 - Prend connaissance du type de communication (son but) et des objectifs
 - Analyse l'entreprise, ses valeurs, son image et les précédentes campagnes réalisées pour la marque
 - Analyse le marché et les campagnes des concurrents
 - Analyse la cible visée
 - Veille à suivre les délais, le budget attribué et les contraintes techniques

Activité 2 : Crée du concept

- Tâches :
- Planifie les phases de création
 - Analyse l'actualité nationale et internationale afin de s'en inspirer
 - Gère des groupes de travail pour stimuler la créativité
 - Crée le style du message en rapport avec le son ou les images développées
 - Crée un slogan, une phrase choc en rapport avec les valeurs de l'entreprise et son image
 - Vérifie que le message ne ressemble à aucun des concurrents
 - Adapte le slogan aux différents supports de communication choisis
 - Présente le projet en expliquant ses choix afin de convaincre le client

Activité 3 : Suit la production

- Tâches :
- Suit la production (la mise en page, le format, la police, ...)
 - Est présent lors des enregistrements et des tournages afin de pouvoir, le cas échéant, modifier le ton employé par les comédiens
 - Suit la diffusion de la campagne de communication
 - Recueille les réactions et étudie les retombées médiatiques

Concepteur-rédacteur (Conceptrice-rédactrice)

Création et contenus

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de :

- l'entreprise et de l'organisation
- ses produits / ses métiers
- sa culture / son identité
- son histoire
- son environnement économique, social, politique

Connaissance des médias

Connaissance en marketing

Connaissance des règles de rédaction

Connaissance des techniques aidant à la création d'idées

Bonne culture de l'image

Connaissance de l'art et des mouvements artistiques nationaux et internationaux

Solide culture générale

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Savoir rédiger et résumer une stratégie commerciale en une idée ou une phrase forte

Être imaginatif et créatif

Savoir jouer avec les mots et les expressions

Être force de proposition

Savoir argumenter et convaincre le client

Avoir une excellente maîtrise de l'orthographe et de la langue française

Compétences souhaitées :

Maîtriser l'anglais

SAVOIR-ÊTRE

Curiosité

Esprit d'équipe

Ouverture d'esprit aux nouveautés/ à l'actualité

Réactivité