



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Directeur(trice) de création

Famille métier : Création et contenus

En agence

Autres appellations : Directeur(trice) de création internet,
chef de création artistique,
responsable de conception

Définition du métier

Par la vision créative qu'il « pose » sur les campagnes, le directeur de création « influence » la stratégie, la visibilité et le discours de l'agence vis-à-vis de ses clients.

Il dirige et oriente ses équipes afin de développer leur créativité.

Missions

Le directeur de création propose une orientation artistique et des axes de réflexions à ses équipes afin de répondre aux besoins du client.

Il supervise les équipes de création, répartit les tâches, et met en place un plan d'actions. Il peut être amené à recruter de nouveaux créatifs.

Après contrôle et choix du meilleur projet, son rôle sera de convaincre le client. Il présente pour cela au client le(s) projet(s) de campagnes de communication en s'appuyant sur la stratégie qu'il analyse, en concertation avec les différents pôles de l'agence, pour initier la création.

Il est capable de mesurer les réalités budgétaires et stratégiques du client et d'ajuster la pertinence de la création à ces réalités.

Domaine et périmètre d'intervention

Rattaché à la direction générale ou à la présidence de l'agence, il supervise le directeur artistique, le concepteur-rédacteur, le trafic manager et l'acheteur d'art.

Il est souvent en relation avec les annonceurs, les commerciaux, les créatifs, le service fabrication/production, les médias et la direction financière.

Faisant preuve d'un grand sens de l'imagination, de la création et de l'image, il valide et sélectionne les propositions de campagne et veille à la qualité de leur réalisation.

Activités et tâches

Activité 1 : Analyse les problématiques du client afin de nourrir le processus créatif

- Tâches :
- Étudie la marque, les produits, la cible et l'identité de l'entreprise
 - Étudie les précédentes campagnes réalisées
 - Analyse la stratégie marketing du client pour initier la création
 - Analyse les nouveautés sur le marché, et les nouveautés techniques
 - Analyse les orientations du marché, des concurrents, et des grandes agences

Activité 2 : Suit et anime les budgets de l'agence

- Tâches :
- Réunit les équipes
 - Afin d'affiner au mieux la(les) proposition(s) créative(s), il échange avec le planning stratégique, le directeur de clientèle, le directeur artistique, le concepteur-rédacteur...
 - Définit les axes de réflexions
 - Suit et choisit les meilleurs concepts
 - Valide et perfectionne la stratégie créative proposée par l'équipe
 - Veille au respect du budget et des délais

Activité 3 : Manage ses équipes

- Tâches :
- Recrute ses équipes et leur donne la possibilité de faire évoluer leurs compétences
 - Anime et encadre ses équipes
 - Répartit le travail entre les membres de son équipe
 - Est en lien avec les éventuels prestataires extérieurs
 - Veille à l'exécution des campagnes

Activité 4 : Gère la relation client

- Tâches :
- Représente l'agence lors des manifestations
 - Présente la piste créative au client. Fait preuve pour cela de force de conviction et d'une bonne culture en communication
 - Veille au respect du budget en ajustant la pertinence de la création aux réalités budgétaire et stratégique du client
 - Adapte le concept créatif suite aux remarques du client

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de :

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

Bonne connaissance des tendances du marché, des nouveautés technologiques, des différents supports de communication, des concurrents, du client et de son image de marque

Connaissance en marketing

Solide culture générale

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Être imaginatif et créatif

Posséder des connaissances techniques en graphisme, en photographie, en photogravure, en composition, en imprimerie, en audiovisuel et en multimédia

Savoir argumenter, persuader et porter une création

Garantir la qualité et les délais des travaux réalisés par ses équipes

Être force de proposition

Savoir manager une équipe et son budget

Maîtriser la charte graphique et éditoriale

Compétences souhaitées :

Maîtriser l'anglais

Avoir de bonnes capacités rédactionnelles

SAVOIR-ÊTRE

Sens de l'écoute et du contact

Curiosité

Rigueur

Disponibilité

Sens critique

Réactivité