



CRÉATION ARTISTIQUE DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

## **Brand content manager**

RESPONSABLE DE CONTENU DE MARQUE



### **Missions**

Le Brand Content Manager est chargé de définir et mettre en œuvre une stratégie de contenu cohérente avec les valeurs du client pour accroître sa notoriété et son engagement auprès d'un public cible. Il développe des contenus créatifs adaptés à divers canaux et veille à leur cohérence avec la stratégie globale de communication. En fonction des entreprises, il peut être amené à coordonner une équipe dans la création de contenus et collabore étroitement avec les commerciaux de la Régie.

#### AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de contenu

Content strategist

Responsable éditorial digital

#### SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

#### SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation



## Principales activités

- S'assurer de la bonne compréhension du brief client, de ses objectifs, tout en garantissant une cohérence sur l'ensemble des canaux de diffusion (print, numérique, audio, social, vidéo, digital et event).
- Concevoir une stratégie de contenu sur mesure et proposer une activation media adaptée aux supports média de la régie publicitaire.
- Créer des contenus multi-formats cohérents avec la stratégie de contenu en développant des supports adaptés aux spécificités de chaque canal de diffusion, en adéquation avec les besoins de l'audience cible et de la stratégie établie.
- Piloter les campagnes de communication en mettant en œuvre, en suivant et en optimisant les campagnes de contenu afin de maximiser leur impact, avec une attention particulière à l'engagement et à la performance.
- Suivre et analyser les performances en utilisant des outils d'analyse pour mesurer l'impact des actions (engagement, portée, conversion) et ajuster la stratégie en conséquence.
- Gérer les relations avec les créateurs internes et externes en coordonnant les équipes internes (concepteurs-rédacteurs, graphistes, directeurs artistiques, directeurs de création, community managers) et externes (influenceurs, freelances), tout en supervisant leurs productions pour assurer le respect de la stratégie du client.
- Assurer une veille active sur les tendances et nouvelles pratiques en surveillant les évolutions du secteur, en identifiant les tendances émergentes et en adaptant les contenus aux innovations du marché.



## **Compétences clés requises**

### ▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Recueillir les besoins clients et les réinterroger afin d'identifier les axes stratégiques à décliner en contenu
- Construire une stratégie de contenu alignée avec les objectifs et besoins du client, en cohérence avec les médias et le public visé et les moyens à mettre en œuvre

### ▼ Piloter un projet

- Gérer des projets multi-canaux, en veillant au respect des délais et des budgets tout en gardant une cohérence entre les leviers médias activés.
- Coordonner les équipes internes et les prestataires externes dans la création et la production de contenus

### ▼ Créer, concevoir et innover

- Coordonner la production de contenus créatifs, tout en respectant les objectifs de la marque et de la campagne
- Adapter les contenus aux spécificités des plateformes numériques et des médias utilisés

### ▼ Mener une veille et documentation

- Réaliser une veille sur les évolutions des marchés, les tendances sociétales et les outils numériques pour pouvoir identifier toutes les nouvelles opportunités exploitables dans ses campagnes.

### ▼ Assurer un suivi de la campagne

- Assurer un suivi de la campagne Brand content et réaliser le bilan de la campagne pour une présentation des résultats auprès du client en collaboration avec l'équipe commerciale en charge du compte

## **Autres compétences**

### Savoirs

- > Stratégie
- > Marketing
- > Réseaux sociaux
- > Influence
- > Production audiovisuelle
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Capacité de négociation
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Techniques de prompt
- > Outils d'IA générative
- > Analyse de performance

### Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Être rigoureux
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service
- > Prendre des initiatives et être force de proposition

## **Tendances d'évolution du métier**

Le métier évolue avec l'essor du marketing digital et l'utilisation croissante des données pour personnaliser les contenus. L'IA générative commence également à transformer la création de contenu à travers la mobilisation de prompts pour créer du contenu à retravailler ensuite qualitativement.

## **Environnement de travail et interlocuteurs**

### En interne

- Directeur/trice de Clientèle
- Planneur stratégique
- Directeur artistique
- Graphiste
- Concepteur Rédacteur
- Social Media Manager
- Community Manager
- Data Analyst
- Chargé des Relations avec les Influenceurs

### En externe

- Clients
- Prestataires
- Freelances
- Influenceurs et créateurs de contenu

## **Profil souhaité**

### Formations recommandées

Bac +5 en marketing, communication, journalisme ou en école de commerce avec une spécialisation en communication digitale ou marketing

### Expériences recommandées

- › 3 à 5 ans dans la gestion de contenu ou la stratégie digitale, idéalement dans un environnement multicanal ou agence

## **Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité**

Brand content manager



Chef(fe) de publicité

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES