



CRÉATION ARTISTIQUE DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Directeur artistique



Missions

Le Directeur artistique est responsable de la conception visuelle et artistique des campagnes publicitaires, en lien avec la stratégie définie par le Directeur de la création et le client. Il crée des visuels percutants, créatifs et cohérents avec l'identité de la marque et sa stratégie et les objectifs de communication. Sa mission est de proposer des concepts, décliner des identités visuelles et sonores des marques pour les campagnes de communication. Il travaille en lien avec les autres créatifs et peut encadrer des graphistes et motion designers.

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation



Principales activités

- Participer à l'émergence d'idées créatives à partir de l'analyse de la stratégie marketing d'un client avec le directeur de la création, le concepteur-rédacteur, les équipes études et commerciales
- Concevoir et développer des concepts visuels et sonores : Créer des idées et des designs pour des campagnes publicitaires, en s'assurant qu'ils soient innovants et adaptés aux différents supports de communication, tout en respectant l'identité de la marque.
- Superviser et coordonner la création de contenu par les graphistes et motion designers , fournir des directives claires et apporter des retours constructifs pour garantir que les visuels correspondent à la vision stratégique du projet.
- Collaborer avec les équipes de marketing et de communication : Travailler de manière étroite avec les équipes marketing pour comprendre les objectifs de la campagne et intégrer des éléments créatifs qui résonnent avec le public cible.
- Réaliser des présentations et participer ainsi au processus commercial : Présenter les concepts et les visuels aux clients ou aux parties prenantes, en expliquant le raisonnement derrière les choix artistiques et leur alignement avec les objectifs de la campagne.
- Suivre les tendances graphiques et technologiques : Rester informé des dernières tendances en design et en publicité, ainsi que des nouvelles technologies, afin d'appliquer les meilleures pratiques et d'innover continuellement.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Comprendre les besoins du client, ses valeurs, sa culture et son offre pour trouver des idées qui vont bien répondre à ses attentes
- Décliner le brief du Directeur de la création ou du client en productions visuelles et sonores percutantes et adaptées

▼ Mener une veille et documentation

- Connaître les tendances du marché : Analyser les tendances actuelles du design et de la publicité, les évolutions dans les comportements des consommateurs et les stratégies de communication.

▼ Créer, concevoir et innover

- Concevoir des créations graphiques et élaborer des visuels en adéquation avec les objectifs de communication.
- Explorer et projeter des idées en s'appuyant sur l'intelligence artificielle générative comme source d'inspiration et d'expérimentation.
- Utiliser des logiciels de design et maîtriser des outils et des applications pour la conception graphique

▼ Superviser une campagne de communication

- Piloter une équipe de graphistes et motion designer et assurer une bonne déclinaison du brief en concept et des concepts en contenu
- Travailler en coordination avec les équipes créatives, notamment le concepteur-rédacteur, et l'ensemble des parties prenantes d'un projet en se positionnant comme le garant des orientations artistiques

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Ecrire, affiner et ajuster des prompts dans les technologies génératives d'IA afin de générer ou modifier du contenu et en évaluer la qualité avant de procéder à des ajustements

Autres compétences

Savoirs

- > Stratégie
- > Marketing
- > Relation clients
- > Communication orale
- > Production audiovisuelle
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Nouvelles technologies
- > Gestion de projet
- > Ergonomie
- > Analyse de performance
- > Gestion budgétaire
- > Techniques de prompt
- > Outils d'IA générative

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'essor des formats digitaux et immersifs (réalité augmentée, motion design, IA générative) pousse les directeurs artistiques à innover constamment tout en garantissant la cohérence des marques sur des supports variés. L'IA permet également au directeur artistique de gagner du temps sur des tâches de production pour se recentrer sur le volet créatif.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de la création
- Chef de projet
- Directeur/trice de Clientèle
- Chef(fe) de publicité
- Trafic création
- Motion Designer
- Graphiste
- Concepteur Rédacteur
- Chef de Fabrication
- Responsable de production
- Directeur de la production
- UI/UX Designer

En externe

- Clients
- Prestataires

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+3 en communication, graphisme, arts appliqués et sur portfolio

Expériences recommandées

- > 3 à 5 ans d'expérience comme graphiste, motion designer ou concepteur rédacteur

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

