



CRÉATION ARTISTIQUE DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Directeur de la création



Missions

Le Directeur de la création est responsable de l'élaboration et de la supervision des concepts créatifs pour des campagnes publicitaires. Il analyse la stratégie marketing d'un client et intervient dans la création de son univers et la construction d'idées fortes, en lien avec le planning stratégique et les équipes marketing notamment. Il coordonne leur déclinaison en orientations artistiques, dont il est le garant, par des équipes de créatifs qu'il anime en assurant la mise en œuvre de la campagne.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable de la création

Creative Director

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation



Principales activités

- Définir la stratégie créative en élaborant l'univers artistique et les concepts en cohérence avec l'identité de marque, les objectifs et les besoins du client, en collaboration avec celui-ci et le planning stratégique.
- Coordonner la déclinaison de la vision créative globale en campagnes publicitaires en pilotant une équipe créative, en présentant les objectifs et les concepts, en organisant des points de suivi réguliers et en proposant des optimisations des contenus créés.
- Collaborer avec les clients et les partenaires internes en communiquant avec les clients pour comprendre leurs attentes et leur univers, en proposant des améliorations et en intégrant leurs retours tout au long du projet. Échanger avec les équipes du planning stratégique, marketing et commerciales pour optimiser les créations.
- Analyser les tendances en suivant les évolutions du marché, les comportements des consommateurs et les innovations technologiques afin d'adapter les campagnes et de rester compétitif, en lien avec le planning stratégique.
- Gérer un portefeuille client en accompagnant les clients dans le développement de leur identité de marque, en garantissant leur satisfaction pour favoriser leur fidélisation et le développement de nouveaux contrats.
- Participer à la prospection commerciale en créant des contenus en collaboration avec les équipes commerciales et le planning stratégique afin d'illustrer les propositions commerciales avec des premières orientations créatives.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Comprendre les besoins du client, ses valeurs, sa culture et son offre et les réinterroger pour s'assurer d'une vision partagée et optimale des enjeux
- Connaître les tendances du marché, analyser les tendances actuelles du design et de la publicité, y compris l'impact des technologies d'IA sur les comportements des consommateurs et les stratégies de communication.

▼ Créer, concevoir et innover

- Concevoir des stratégies créatives, univers, et élaborer des concepts publicitaires originaux en lien avec les objectifs marketing des clients
- Assurer la cohérence de la direction artistique et adapter l'impact du message sur les différentes plateformes de communication
- Superviser les productions des équipes créatives, proposer des améliorations pour optimiser les livrables et leur cohérence avec les attendus des clients et leurs besoins

▼ Superviser une campagne de communication

- Communiquer et diffuser le concept créatif auprès des équipes créatives en charge de sa déclinaison en contenus
- Construire une équipe projet en lien avec le Manager Trafic en fonction des besoins du client, des spécialités et appétences de chaque créatif et de leurs disponibilités
- Animer des réunions (brainstorm, brief, réunions de suivi) auprès des équipes créatives pour cadencer et suivre l'avancée des projets

▼ Piloter un projet

- Définir le budget nécessaire pour atteindre l'objectif dans son champ d'action puis suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué
- Participer à la coordination des différentes équipes intervenant sur un projet

 **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

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**

Le directeur de la création doit de plus en plus intégrer des outils d'intelligence artificielle et des stratégies numériques innovantes dans son approche créative. Il doit être au courant et s'adapter aux tendances, nouveaux médias et aux supports de communication.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Marketing et Communication
- Directeur artistique
- Graphiste
- Concepteur Rédacteur
- Trafic création
- Responsable des études
- Planneur stratégique
- Chef de projet
- Directeur/trice de Clientèle
- Chargé de New Business

En externe

- Clients
- Prestataires
- Freelances

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 dans un domaine créatif (communication, publicité, design graphique) ou en gestion de projet avec une appétence pour la création

Expériences recommandées

- > En fonction des entreprises, 5 à 10 ans d'expérience dans le domaine de la création publicitaire (concepteur-rédacteur, directeurs artistiques), avec une expérience significative en gestion d'équipe et en direction de projets créatifs

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

