



CRÉATION ARTISTIQUE DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

## Graphiste



### Missions

Le graphiste conçoit et réalise des supports de communication visuelle sur différents supports média. Il traduit les idées en éléments visuels cohérents, en respectant l'identité de marque, les objectifs et cibles du projet en assurant une expérience utilisateur optimale. Selon la taille de l'entreprise, le graphiste peut être amené à être spécialisé ou plus polyvalent en intégrant des compétences de motion designer ou d'UI/UX Designer.

#### AUTRES APPELLATIONS :

Designer graphique

Infographiste

#### SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

#### SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation



## Principales activités

- Développer des concepts visuels et les décliner en créations graphiques : concevoir et réaliser visuels impactants en cohérence avec l'identité du client, ses cibles, et le brief du directeur artistique ou directeur de création en charge du pilotage de la création
- Mettre en page, maquetter et produire des supports : Réaliser des maquettes et des prototypes en adaptant les visuels aux supports avec une attention particulière à la typographie et à la colorimétrie.
- Veiller à la cohérence graphique : Assurer la continuité visuelle d'une campagne sur l'ensemble des supports et formats, en respectant la charte graphique et les exigences des clients.
- Travailler en équipe pluridisciplinaire : Travailler avec les équipes créatives (directeurs artistiques et de création, concepteurs-rédacteurs), les commerciaux, les chefs de projet et les équipes en charge de la production opérationnelle pour affiner les créations et optimiser les propositions graphiques.
- Mener une veille en innovations : Suivre les tendances graphiques, les évolutions technologiques et en IA pour optimiser les productions et répondre aux nouveaux enjeux du secteur publicitaire.



## **Compétences clés requises**

### ▼ Créer, concevoir et innover

- Créer et développer des concepts graphiques innovants en réponse aux briefs clients et aux concepts élaborés avec la direction artistique et de création
- Maîtriser les logiciels pour réaliser des visuels percutants et adaptés au support
- Concevoir des supports de communication visuelle adaptés aux différents médias et audiences.
- Expérimenter avec l'IA et les nouvelles technologies pour optimiser les processus de création graphique

### ▼ Superviser une campagne de communication

- Assurer la cohérence et la déclinaison graphique sur toute la chaîne de production publicitaire.
- Travailler en collaboration avec les équipes commerciales et projet pour ajuster la stratégie visuelle aux objectifs clients.

### ▼ Analyser et exploiter des données

- Interpréter les retours des campagnes pour ajuster les créations et maximiser l'impact visuel.
- Utiliser des outils d'analyse pour optimiser l'ergonomie et l'expérience utilisateur des supports digitaux.

### ▼ Mener une veille et documentation

- Se tenir informé des tendances graphiques, des innovations technologiques et des attentes du marché publicitaire.
- Intégrer les nouvelles techniques de design (motion design, 3D, UX/UI) pour diversifier les productions.

### ▼ 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**

- > Création de contenus visuels
- > Communication visuelle
- > Tendances du marché publicitaire
- > Stratégie de communication
- > Storytelling
- > Réseaux sociaux
- > Production audiovisuelle
- > Veille technologique
- > Outils de création graphique
- > Technologies d'impression numérique et offset
- > Techniques de prompt
- > Outils d'IA générative

**Savoir-être**

- > Faire preuve de créativité et d'inventivité
- > Travailler en équipe
- > Être à l'écoute
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

 **Tendances d'évolution du métier**

La montée en puissance des outils d'intelligence artificielle entraîne une nécessaire acculturation et maîtrise de ces outils et de leur utilisation éthique, notamment sur les tâches peu créatives ou à faible valeur ajoutée. Les graphistes doivent également s'adapter à travailler sur des productions en multicanal, donc adaptés à différents médias.

## **Environnement de travail et interlocuteurs**

### En interne

- Directeur de la création
- Directeur artistique
- Trafic création
- Concepteur Rédacteur
- UI/UX Designer
- Chef de projet
- Directeur/trice de Clientèle
- Motion Designer

### En externe

- Clients
- Prestataires
- Freelances

## **Profil souhaité**

### Formations recommandées

Bac+3 en graphisme, design ou communication visuelle. Au-delà du diplôme, le recrutement se fait surtout sur présentation du portfolio et sur la base de la maîtrise des logiciels de création graphique.

### Expériences recommandées

- > Il est possible d'entrer en alternance sur le métier. Pour un recrutement en CDD ou CDI, une première expérience en agence ou sur des projets multimédia est souvent demandée.

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

**Graphiste**

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



**Webdesigner**

EVOLUTIONS POSSIBLES