



CRÉATION ARTISTIQUE DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

DÉPLOIEMENT LOGISTIQUE DES CAMPAGNES ET EXPLOITATION DU PATRIMOINE (OOH/DOOH)

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 de la marque pour accroître sa notoriété et son engagement auprès du 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.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé de contenu

Content strategist

Responsable éditorial digital

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

Principales activités

- objectifs de marque, tout en garantissant une cohérence sur l'ensemble des plateformes de communication.
- 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 du public et 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 de marque.
- 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 visés et les moyens à mettre en œuvre

▼ Piloter un projet

- Gérer des projets multi-canaux complexes, en veillant au respect des délais et des budgets tout en gardant une cohérence entre les médias activés.
- Coordonner les équipes internes et des prestataires externes. Dans la création de contenus cohérentes entre eux, avec les besoins clients et les médias respectifs

▼ Assurer un suivi de la campagne de communication

- Analyser les performances des campagnes et à ajuster la stratégie de contenu pour maximiser le retour sur investissement

▼ Créer, concevoir et innover

- Rédiger ou coordonner la production de contenus créatifs et percutants, tout en respectant les objectifs de marque et de la campagne
- Adapter les contenus aux spécificités des plateformes numériques et médias utilisés en prenant en compte les publics présents et les algorithmes pour maximiser l'audience

▼ 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.

Autres compétences

Savoirs

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

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > 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

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 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

