

# Fiche de poste

## I - DESCRIPTION DU POSTE

### 1 - Intitulé du poste :

**Graphiste**

### 2 - Le positionnement du poste dans l'organisation :

Sous l'autorité du Team Leader / Directeur artistique

## II - MISSIONS ET ATTRIBUTIONS

### 1 - Tâches prioritaires

- Concevoir graphiquement les éléments de communication à caractères informatif ou commercial dans le respect de la charte graphique concernée
- Réaliser et décliner les supports de communication
- Suivre et contrôler les étapes de la chaîne graphique (interne ou externe)
- Effectuer une veille technologique
- Gérer la bibliothèque « image » et « conception graphique »

### 2 - Qualité

- Maîtrise des outils de conception graphique
- Veille de l'innovation et des nouveaux outils de conception
- Créativité

## III - CONDITIONS D'EXERCICE

### 1 - Conditions de travail :

- Travail en équipe à horaires réguliers définis par le contrat de travail
- Travail en intérieur, principalement au siège, déplacements occasionnels

### 2 - Compétences et aptitudes requises :

- Organisation et rigueur dans l'exécution des tâches confiées
- Dynamisme, réactivité et prise d'initiatives
- Écoute et respect des clients

# **INFORMATIONS DÉTAILLÉES**

## **ACTIVITÉS PRINCIPALES**

### **Analyse de la demande client**

- Prendre connaissance du brief créatif qui décrit les enjeux de la campagne de communication, c'est-à-dire l'objet de la promotion, la cible clientèle à toucher, le plan médias envisagé ou encore les moyens financiers définis.
- Connaître l'univers global de la marque ; comprendre l'évolution et les lignes directrices de la charte graphique (couleurs, matières, formats, messages...).
- Observer les tendances du marché, suivre les tactiques de communication des concurrents, et également identifier les dernières campagnes, par média, qui ont pu fonctionner auprès de la cible à atteindre.
- Se familiariser avec le style des précédentes campagnes de communication de l'annonceur ; apprécier et s'approprier ses codes graphiques.
- Échanger avec le directeur artistique sur les objectifs du projet ; prendre connaissance des étapes et des délais de production.
- Maîtriser toutes les facettes de la stratégie de l'annonceur afin de répondre, dans l'urgence, à des attentes clients non prévues dans le plan annuel de communication.

### **Conception des éléments de communication**

- Cerner le domaine de réflexion créatif et participer au brainstorming, généralement dirigé par le directeur artistique.
- Laisser libre cours à son imagination ; creuser certaines idées et présenter quelques concepts au directeur artistique.
- Améliorer les suggestions retenues par le directeur artistique et les faire évoluer en tenant compte des remarques émises par l'équipe.
- Réaliser des esquisses, des maquettes qui illustreront, en rendez-vous client, les recommandations stratégiques exposées par la direction de clientèle.
- Réagir vite, rebondir sur de nouveaux concepts lorsque les premières idées ne sont pas approuvées par le client.
- Réfléchir à la possibilité de décliner l'idée créative sur différents supports (presse, animation graphique et interactive...) et formats (logo, brochure, affiche, habillage d'une home page, d'un site, clip vidéo...).
- S'assurer de la bonne harmonie entre les visuels et le contenu ; veiller à la mise en avant des arguments de la marque ; optimiser la mise en page pour faciliter la compréhension du message marketing par les consommateurs.
- Penser à la viabilité, à la pérennité de l'identité visuelle envisagée, sur le long terme et sur plusieurs campagnes.

### **Réalisation et déclinaison des matériaux de communication**

- Démarrer la conception des éléments de communication, une fois l'accord client obtenu pour les maquettes présentées.
- Manipuler les différents outils de modélisation (CAO – conception assistée par ordinateur) et logiciels de programmation (Illustrator, Photoshop, QuarkXPress, InDesign).
- Anticiper et organiser sa charge de travail, planifier les différentes étapes de production et maîtriser les délais.
- Briefer les éventuels prestataires, tels qu'un concepteur multimédia spécialisé en 3D ou un sound designer expert en création de son ou encore une agence de photogravure, afin de procéder à la déclinaison des visuels sur les différents formats publicitaires.
- Suivre le bon déroulement des étapes de fabrication ; informer le directeur artistique de l'avancée de la production.
- Perfectionner la finition des visuels, en retouchant les couleurs, la typographie ou encore les illustrations.
- Veiller à la bonne cohérence entre le fond et la forme sur chaque support ; retravailler chaque élément de la chaîne graphique jusqu'à obtention de la signature du bon à tirer par l'annonceur, avant impression en grande série.

## **PROFIL**

### **Diplômes requis**

- Écoles spécialisées en art, en communication, en publicité et multimédia
- Diplôme universitaire de niveau Bac +2 (BTS, DUT...) à Bac +5 (master professionnel...) orienté vers les métiers de la communication visuelle et de la création

### **Durée d'expérience**

Ce poste est accessible aux jeunes diplômés, aux jeunes cadres disposant de un à deux ans d'expérience mais aussi aux autodidactes.

À noter que c'est un poste qui peut s'exercer également en free-lance.

## **COMPÉTENCES REQUISES**

### **Compétences techniques**

- Connaissance des différentes étapes de la charte graphique et des corps de métier susceptibles d'intervenir dans un projet de communication (retouche d'images numériques, photogravure, incrustation d'animations de synthèse ou d'une ambiance sonore...)
- Compétences en dessin et en illustration pour pouvoir élaborer des chartes graphiques riches et originales
- Maîtrise des techniques de conception et de modélisation d'images via des logiciels spécifiques tels que InDesign, QuarkXPress ou Illustrator, fréquemment utilisés dans la presse et l'édition ; conception en motion design et modélisation 3D dans l'Internet...
- Aptitudes techniques en assemblage des différents éléments de la chaîne graphique ainsi qu'en montage et mixage vidéo/son

- Capacité à s'approprier un brief créatif et, plus globalement, une stratégie de communication client afin de se plonger plus rapidement dans l'univers client
- Capacité à traduire, à synthétiser et à mettre en avant les atouts d'un annonceur au travers de différents visuels
- Faculté à coordonner un projet, pour tenir des délais et suivre les étapes de fabrication
- Bonne culture marketing et commerciale, pour concevoir des outils de communication orientés vente et consommateur
- Maîtrise de l'anglais, pour travailler sur des campagnes de communication internationales

## **Aptitudes professionnelles**

- Sensibilité artistique, goût pour la mise en page et la mise en valeur d'une offre ; finesse dans le choix des couleurs et de la typographie
- Passion et énergie, pour toujours repousser les limites de la création et concevoir des visuels innovants
- Capacité d'adaptation, souplesse et faculté à accepter et à surmonter la critique, qui peut être brutale dans ce métier
- Pugnacité et endurance, afin d'être capable de refaire autant de fois que nécessaire un même travail
- Bonne résistance à la pression et flexibilité sur les horaires, car la charge de travail et le volume d'heures sont souvent intenses
- Faculté à travailler en équipe, pour partager ses idées et faire émuler un concept créatif, respecter un plan travail...
- Bon relationnel et sens de l'écoute, pour faire passer des idées, tenir compte des remarques de l'équipe
- Curiosité pour les tendances actuelles, pour insuffler une nouvelle dynamique créative et remettre en cause ses acquis
- Aptitude à s'autoformer à de nouveaux outils et à de nouvelles méthodes de travail pour rester dans l'air du temps
- Pragmatisme, pour développer des visuels efficaces et pas seulement esthétiques, dans une optique de séduction clients