



TRAVAILLER DANS LA COM'

Le guide des métiers de demain

SOMMAIRE

01 LES MÉTIERS DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION P.4

- Brand Manager P.5
- Directeur artistique P.6
- Directeur de la communication P.7
- Responsable communication P.8
- Media Planner P.9



02 LES MÉTIERS DE LA CRÉATION ET DU DESIGN P.10

- Graphiste P.11
- Motion Designer P.12
- Créateur de contenus vidéos P.13
- Concepteur-rédacteur P.14



03 LES MÉTIERS DE L'INFLUENCE P.15

- Community Manager P.16
- Content Manager P.17
- Chargé de projet événementiel P.18
- Chargé de relations publiques et de relations presse P.19
- Responsable de la communication interne P.20



04 LES MÉTIERS DE LA GESTION DE PROJET ET DE LA WEB ANALYSE P.21

- Consultant en communication P.22
- Chef de publicité P.23
- UX Designer P.24
- Chef de projet digital P.25
- Traffic Manager P.26



ÉDITO

Aujourd'hui encore, j'ai gravi deux fois la hauteur de la Statue de la Liberté avec mon pouce, une fois de haut en bas, une fois de bas en haut, soit 144 mètres en tout. C'est en effet, en moyenne, la longueur d'images et de texte qu'un Européen fait défiler en « scrollant » le contenu de son smartphone tous les jours. Des messages, des photos, des reels, des mails, des stories, des pubs, des boutons « call to action », des bons de commande, des histoires qui informent, délassent, cultivent, émeuvent. Dans la journée, mille deux cents messages publicitaires vont aussi s'offrir à ma vue ou à mes sens sur mes écrans, dans les rues que j'arpente, les vitrines des magasins, sur le bord de la route, les écrans de télévision ou sur les quais du métro.

L'un de ces messages va peut-être me séduire, me convaincre, m'inciter à regarder une démonstration, visiter un site ou tout simplement m'informer. Une image, un argument, une formule va me toucher par son esthétique, son originalité ou sa pertinence. Le professionnel de la communication qui a agi, dans les coulisses, pour que je m'intéresse à ce produit aura alors réussi sa mission : valoriser une marque, un projet, un événement pour attirer un public, un futur utilisateur ou un client potentiel.

Dans les coulisses, c'est en réalité toute une équipe qui a organisé ce spectacle ordinaire et quotidien. Les uns ont conçu une stratégie, choisi un angle ajusté et un bon canal pour s'adresser à moi, d'autres ont inventé et mis en forme des messages créatifs, ceux-là se sont assurés que j'y serai sensible et que je pourrai, par exemple, interagir sur les réseaux sociaux en faveur de la marque. D'autres spécialistes ont analysé des quantités de données sur mes achats, mes goûts, les tendances qui plaisent à mes contemporains, les médias que je consulte compte-tenu de mon âge, mes centres d'intérêts, ma personnalité.

C'est en partant de ces différentes missions exercées par les professionnels de la communication que nous avons classé les principaux métiers de ce vaste secteur. Nous en avons recensé une vingtaine dans chacun de ces domaines parmi lesquels dircom, directeur artistique, chef de projet digital, Social Media Manager, chargé de projet événementiel, ... Ces métiers sont passionnants et mobilisent des ressources variées : esprit d'équipe, créativité, analyse, curiosité, persévérance, rigueur. Et surtout, capacité d'adaptation dans un monde digital qui bouge très vite... Prenez donc le temps de bâtir des repères pour choisir les formations qui y mènent et rencontrez des professionnels du secteur pour mieux cerner leur quotidien.

Bien au-delà de la Statue de la Liberté, nous vous souhaitons ainsi de pouvoir prendre de la hauteur sur votre orientation et de trouver dans ces pages des repères concrets pour un prochain atterrissage réussi. Bonne lecture !

Emmanuel Carré
Directeur Excelia Communication School
et Enseignant-chercheur (Dr, HDR)

01

LES MÉTIERS DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

« Concevoir les stratégies de communication globale »



BRAND MANAGER

Responsable de marque employeur, International Brand Manager, Digital Marketing Manager

SA FONCTION

Le Brand Manager est là pour orchestrer chacune des étapes du développement marketing de la marque. Son objectif principal ? Concevoir et déployer une stratégie percutante, notamment sur les réseaux sociaux, et permettre à l'entreprise d'atteindre de nouveaux sommets de notoriété. Les clés d'une bonne image de marque, dont on se souvient et qui visent à se rapprocher de son public, c'est lui qui les détient.

SES MISSIONS

- Assurer une veille concurrentielle et analyser le marché.
- Piloter et développer une stratégie de marque en ligne, et soigner l'e-réputation de la marque.
- Piloter des projets web avec les équipes techniques informatiques, les graphistes, blogueurs...
- Analyser les campagnes marketing, fixer des objectifs de visibilité, de nouveaux clients ou de chiffre d'affaires réalisé via ces campagnes.
- Travailler à créer une identité numérique forte pour sa ou ses marques.

QUALITÉS REQUISES

CRÉATIVITÉ

CAPACITÉS D'ANALYSE

COMPÉTENCES
RÉDACTIONNELLES

CAPACITÉS
RELATIONNELLES

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Relation client interculturelle
- Communication et publicité
- Marketing digital, marketing online, e-commerce
- Gestion de projet

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Postes d'encadrement dans le domaine de la communication digitale ou du marketing
- Responsable marketing
- Social Media Manager

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
33-65K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



DIRECTEUR ARTISTIQUE

SA FONCTION

Le Directeur artistique est un expert en conception graphique qui peut exercer en agence de communication, en studio de création, en maison d'édition ou encore agence de publicité. C'est un créatif qui traduit par l'image les messages d'une entreprise. Il est le responsable visuel d'une campagne de communication. Ses missions s'organisent autour de trois axes : la conception, la négociation et le suivi technique.

SES MISSIONS

- Créer l'identité visuelle d'une publicité : choisir les images, l'ambiance, le décor, la typographie des textes et hiérarchiser les informations.
- Concevoir et déployer la créativité sous tous les modes d'expression visuels : incluant le Motion Design, l'animation vidéo, l'UX...
- Coordonner le travail des graphistes, illustrateurs, photographes et superviser la fabrication des différents supports (spots TV, affiches...)
- Être en contact avec le client : analyser ses attentes et le convaincre de l'efficacité du projet.
- Apporter sa touche d'originalité au contenu publicitaire et créer des messages accrocheurs.

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Communication visuelle et multimédia
- Technologie de l'image, arts plastique
- PAO : Photoshop, Illustrator, InDesign
- Publicité

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Directeur de création
- Directeur de la communication visuelle
- Directeur d'agence de publicité ou de communication

QUALITÉS REQUISES

GRANDE CRÉATIVITÉ

CURIOSITÉ

CULTURE GÉNÉRALE ET ARTISTIQUE

SENS ESTHÉTIQUE ET SENSIBILITÉ ARTISTIQUE

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
31-50K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION

SA FONCTION

Le Directeur de la communication occupe une fonction stratégique au sein de l'entreprise. Il est chargé de promouvoir et de renforcer son identité et son image de marque, que ce soit en interne ou en externe. Son rôle consiste donc à élaborer une stratégie de communication globale alignée avec les objectifs de l'entreprise, en collaboration étroite avec la direction générale. Pour ce faire, il définit les actions à mener tout en assurant une gestion efficace du budget alloué à ces initiatives.

QUALITÉS REQUISES

VISION STRATÉGIQUE ET CAPACITÉ À ANTICIPER

CRÉATIVITÉ ET SENS ARTISTIQUE

BONNE COMMUNICATION ET RELATIONS INTERPERSONNELLES

LEADERSHIP ET CAPACITÉ À FÉDÉRER

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Stratégie de communication et positionnement de marque
- Gestion budgétaire
- Relations publiques
- Analyse des performances

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Consultant en communication
- Directeur de la communication groupe
- Expert en communication digitale
- Responsable des relations publiques

SES MISSIONS

- Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise.
- Superviser la création de supports de communication interne et externe.
- Gérer les relations publiques et les événements institutionnels.
- Piloter les projets de communication et assurer leur suivi opérationnel.
- Évaluer les actions de communication et ajuster les stratégies en conséquence.

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
27-45K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



RESPONSABLE COMMUNICATION

SA FONCTION

Garant de l'image de l'entreprise en interne et en externe, le Responsable communication est le spécialiste des communications de l'entreprise. Responsable de la stratégie globale de communication, il diffuse l'image de marque de l'entreprise et coordonne les actions de communication. Il détermine les messages (écrits et oraux) et les médias (papiers, numériques). Il identifie les valeurs à promouvoir. Il organise des manifestations à destination des collaborateurs ou des clients et s'assure de la satisfaction de tous. Le métier s'exerce au sein de PME, PMI, start-up ou grandes entreprises et en agence.

QUALITÉS REQUISES

**QUALITÉS D'ÉCOUTE ET
APTITUDES RELATIONNELLES**

**CAPACITÉS
RÉDACTIONNELLES**

SENS DE L'ORGANISATION

**CRÉATIVITÉ, CAPACITÉS
D'INITIATIVE, SAVOIR ÊTRE
FORCE DE PROPOSITION**

LES COMPÉTENCES À MAÎTRISER

- Logiciels d'édition
- Relations publiques et relations presse
- Marketing
- Anglais

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Directeur de la communication
- Entrepreneur (pour créer son agence ou exercer en indépendant)

SES MISSIONS

- Traduire la stratégie de l'entreprise en actions de communication (campagne web ou presse, organisation d'événements, campagnes publicitaires, lancements de produits...)
- Contacter les prestataires en fonction du cahier des charges, du budget et du planning.
- Rédiger, créer ou superviser la rédaction des supports de communication.
- Établir et entretenir des contacts étroits avec la presse et les médias.
- Mettre tout en œuvre pour que les événements se déroulent dans les meilleures conditions.

DIPLÔME
BAC +3/5

RÉMUNÉRATION
27-45K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



MEDIA PLANNER

SA FONCTION

Le Media Planner est chargé de concevoir et de structurer un plan média : il coordonne et orchestre les différentes phases d'une campagne publicitaire à travers divers médias tels que la presse, l'affichage, la télévision, la radio et le web. À partir d'analyses, il identifie les supports les plus pertinents pour atteindre efficacement la cible définie par l'annonceur. L'optimisation budgétaire fait aussi partie de son arsenal de compétences : il doit maximiser la portée et l'impact de la campagne publicitaire, tout en tenant compte du budget, des spécificités de chaque média et des tendances du marché.

QUALITÉS REQUISES

**BONNE CAPACITÉ D'ANALYSE,
MAÎTRISE DES CHIFFRES**

**SENS DE LA NÉGOCIATION
COMMERCIALE**

**CAPACITÉ À RESPECTER LES
DÉLAIS**

ESPRIT D'ÉQUIPE

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Planification stratégique dans les médias traditionnels et sur le web
- Indicateurs de performance et outils statistiques
- Outils de mesure d'audience et d'études de marché
- Connaissance approfondie des différents supports publicitaires

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Chef de produit
- Directeur marketing
- Planneur stratégique senior
- Créer son propre cabinet d'études et de conseil en marketing

SES MISSIONS

- Élaborer un plan média détaillé pour les campagnes publicitaires dans divers médias (presse, affichage, télévision, radio, web).
- Coordonner et planifier les passages des annonces publicitaires dans les médias sélectionnés.
- Analyser les données quantitatives et qualitatives pour sélectionner les supports les plus efficaces pour atteindre la cible définie par l'annonceur.
- Maximiser l'impact médiatique du produit ou du service tout en respectant les contraintes budgétaires de l'annonceur.

DIPLÔME
BAC +3/5

RÉMUNÉRATION
32-53K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



02

LES MÉTIERS DE LA CRÉATION ET DU DESIGN

« Réalisez les contenus visuels et textuels »



GRAPHISTE

SA FONCTION

L'objectif du Graphiste est de créer une identité visuelle percutante pour chaque produit afin d'attirer l'attention du public. Travaillant souvent au sein d'une entreprise ou d'une agence, le Graphiste peut également opter pour le statut de freelance. Il fait généralement partie d'une équipe dirigée par un Directeur artistique ou un chef de projet. Les temps ont changé, et si le Graphiste utilisait autrefois son bon vieux stylo, il a aujourd'hui largement adopté les outils numériques, privilégiant les logiciels de PAO tels que InDesign pour travailler sur ordinateur.

SES MISSIONS

- Traduire un message sur différents supports (affiches, magazines, emballages, sites Internet) en suivant les directives du cahier des charges.
- Imaginer des solutions créatives qui répondent aux contraintes spécifiées.
- Concevoir une gamme variée de supports de communication, tels que l'identité visuelle d'un produit ou d'une entreprise, des magazines, des brochures...

QUALITÉS REQUISES

CURIOSITÉ

SENS DU CONTACT

AISANCE À TRAVAILLER
EN ÉQUIPE

CRÉATIVITÉ ET SENSIBILITÉ
ARTISTIQUE

LES COMPÉTENCES À MAÎTRISER

- Logiciels de conception graphique
- Maîtrise des outils informatiques
- Design visuel
- Outils de veille artistique

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Directeur artistique
- Directeur de studio graphique
- Directeur de la communication visuelle

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION
25-42K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



MOTION DESIGNER

SA FONCTION

Le Motion Designer est chargé de produire du contenu interactif animé en 2D et 3D, pouvant être utilisé aussi bien pour des films d'entreprise que pour des spots publicitaires. Grâce à ses compétences créatives et techniques, il crée des produits vidéos graphiques en utilisant effets spéciaux, animations, typographie et son. À partir d'un brief client, il développe un univers visuel, réalise un storyboard détaillé et utilise divers logiciels pour concevoir et produire des animations percutantes.

QUALITÉS REQUISES

CRÉATIVITÉ

CURIOSITÉ

CAPACITÉ À PRODUIRE DANS
DES DÉLAIS SERRÉS

BONNE COMPRÉHENSION
DES FORMATS VIDÉO

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Maîtrise avancée des suites logicielles de création graphique
- Conceptualisation
- Communication visuelle
- Modélisation, texturing et animation 3D

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Spécialiste en effets visuels (VFX)
- UX/UI Designer
- Directeur artistique

SES MISSIONS

- Créer des moodboards pour définir l'esthétique et le style en fonction des exigences du client.
- Réaliser des storyboards pour planifier les séquences animées et les interfaces à développer.
- Créer des effets spéciaux, de vidéos, de clips et de spots publicitaires, en accordant une attention particulière à la qualité visuelle et au rendu final.
- Assurer une veille constante sur les dernières tendances et innovations en matière d'animation et de design interactif.

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
27-53K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



CRÉATEUR DE CONTENUS VIDÉOS

SA FONCTION

Le Créateur de contenus vidéos est chargé de concevoir, réaliser et diffuser des contenus vidéos variés, répondant aux besoins et aux objectifs définis par les commanditaires. Il travaille main dans la main avec les clients et les chefs de projet. De la création à la diffusion, en passant par la réalisation, il est responsable du bon déroulement du projet dans le respect des délais et du budget.

SES MISSIONS

- Analyser la demande des clients et planifier le projet.
- Produire des contenus : définir un concept créatif adapté au medium audiovisuel.
- Piloter le projet : coordonner les étapes, assurer le suivi technique, administratif et financier, organiser la location du matériel et diriger les équipes.
- Rechercher et élaborer une base documentaire, créer une banque d'images.

QUALITÉS REQUISES

SENS ARTISTIQUE ET
CRÉATIVITÉ

ORGANISATION ET RIGUEUR

COMMUNICATION EFFICACE
ET ESPRIT D'ÉQUIPE

BONNE CULTURE MÉDIA
ET RÉSEAUX SOCIAUX

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Techniques de réalisation audiovisuelle
- Montage vidéo et suites graphiques
- Compréhension des formats et des codecs vidéos
- Budgétisation d'un projet audiovisuel

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Chef de projet vidéo
- Directeur de production
- Réalisateur/producteur audiovisuel

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
27-45K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



CONCEPTEUR-RÉDACTEUR

Auteur-concepteur

SA FONCTION

Le Concepteur-rédacteur est chargé de concevoir et de rédiger des contenus éditoriaux adaptés à un public cible, en veillant à respecter les objectifs et les contraintes définis par l'annonceur. En ce sens, il propose des concepts au service marketing-communication de son client, les traduit en contenu écrit, et sélectionne avec lui les formats et supports appropriés. Il rédige des versions adaptées aux différents publics, conçoit la mise en forme et les illustrations en collaboration avec l'équipe artistique, tout en respectant les directives de l'annonceur, notamment concernant l'identité de marque.

QUALITÉS REQUISES

PARFAITE MAÎTRISE DE LA LANGUE FRANÇAISE

(écriture, orthographe, grammaire,
syntaxe, typographie)

CRÉATIVITÉ

FORTE SENSIBILITÉ À LA PUBLICITÉ ET AU MARKETING DE CONTENU

CAPACITÉ À TRAVAILLER SOUS PRESSION ET DANS DES DÉLAIS CONTRAINTS

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Techniques de rédaction
- Conception éditoriale
- SEO (Search Engine Optimization) et marketing de contenu
- Culture générale, économique, géopolitique, artistique et internationale

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Directeur de la rédaction
- Directeur de la communication
- Directeur de création

SES MISSIONS

- Effectuer un benchmark : analyser les thèmes et les stratégies de communication adoptés par la concurrence pour produire un contenu pertinent ou novateur.
- Identifier et concevoir une ligne éditoriale.
- Concevoir et écrire le contenu : vendre des concepts à l'annonceur, écrire les slogans, rédiger différents contenus dans le cadre de campagnes de communication.
- Mettre à jour les contenus envoyés en fonction des retours de l'annonceur.

DIPLÔME
BAC +3/5

RÉMUNÉRATION
24-48K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



Soyez constamment à l'affût des tendances et des algorithmes des moteurs de recherche pour ajuster votre stratégie de référencement et maintenir une visibilité optimale en ligne !

EVA PORTEBOEUF, diplômée d'Excelia Digital Communication School



03

LES MÉTIERS DE L'INFLUENCE

« Établir des relations avec les publics cibles »



COMMUNITY MANAGER

Social Media Manager, Animateur de réseaux ou de communautés web

SA FONCTION

Le Community Manager, véritable expert des réseaux sociaux, a pour mission de rassembler les internautes autour de centres d'intérêt communs (marque, produits...) et de maintenir un certain niveau d'animation et de respect au sein des communautés en ligne. Il crée et planifie un contenu varié pour chaque audience (images, vidéos, articles, concours...), assure sa publication et anime activement les réseaux sociaux, tout en évaluant régulièrement l'impact de ses actions.

QUALITÉS REQUISES

CURIOSITÉ

CRÉATIVITÉ

QUALITÉS RÉDACTIONNELLES

FORTE APPÉTENCE POUR LA CULTURE WEB

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Communication écrite et communication digitale
- Gestion des réseaux sociaux
- Brand Content/création de contenu
- PAO

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Responsable de projet web
- Brand Content Manager
- Brand Manager

SES MISSIONS

- Fédérer et animer les échanges entre internautes en gérant les comptes réseaux sociaux de l'entreprise ou de la marque.
- Rédiger ou relayer des contenus pour développer la visibilité de la marque et augmenter les ventes.
- Analyser le buzz marketing et suivre l'image de la marque sur les différents supports en ligne.
- Faire remonter à l'entreprise les réactions de la communauté d'internautes.
- Coordonner, avec les équipes techniques, les améliorations à apporter au site Internet.

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION

22-43K €

(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



CONTENT MANAGER

Responsable de contenu numérique

SA FONCTION

Le Content Manager joue un rôle clé dans la création et la gestion de contenus en ligne voués à promouvoir ou faire connaître une marque, une entreprise ou une institution. Son but est notamment d'améliorer la relation de la marque avec ses clients. Aussi, il opère sur plusieurs canaux et supports, en collaboration avec diverses équipes marketing, pour garantir une présence numérique cohérente et engageante.

SES MISSIONS

- Concevoir une stratégie éditoriale web pour optimiser la relation client.
- Élaborer des stratégies adaptées aux différentes cibles pour chaque type de support (web, e-mailing, livres blancs, plaquettes, concours, publicités sur Facebook...).
- Produire du contenu marketing mettant en valeur les produits de l'entreprise à travers divers formats : e-mailings, brochures, catalogues (en ligne et hors ligne), blogs, e-magazines, documentation, réseaux sociaux, user stories, vidéos...
- Suivre les résultats en termes d'acquisition de trafic et de fidélisation de la clientèle par segment, en utilisant des outils de web analyse.

LES COMPÉTENCES À MAÎTRISER

- Conception-rédaction
- Stratégies médias et réseaux sociaux
- Outils de référencement et d'analyse de trafic sur le web
- Gestion de projet web, conception de projets graphiques et audiovisuels

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Webmaster
- Chef de projet multimédia
- Chargé de communication

QUALITÉS REQUISES

OUVERTURE ET CURIOSITÉ

CRÉATIVITÉ

CAPACITÉS DE RÉDACTION ET DE COMMUNICATION

GOÛT POUR LA CULTURE WEB

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION

31-50K €

(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



CHARGÉ DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

Project Leader/Chef de projet événementiel

SA FONCTION

Qu'il exerce en entreprise ou en agence, le Chargé de projet événementiel conçoit des événements (salon, congrès, soirée, lancement de produit, événement sportif...) qui exigent un grand sens de l'organisation et une grande disponibilité (travail le week-end possible). Il fait le lien entre le client et les équipes qui vont réaliser l'événement pour en assurer une parfaite qualité. Il enchaîne rendez-vous, échanges téléphoniques, réunions, déplacements avec ses clients et ses prestataires jusqu'à la réalisation du projet.

QUALITÉS REQUISES

CAPACITÉS DE COMMUNICATION

SENS DE L'ORGANISATION, RIGUEUR ET RÉACTIVITÉ

CRÉATIVITÉ

BONNE GESTION DES URGENCES ET DU STRESS

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Gestion de projet et management de l'événement
- Communication en entreprise
- Gestion de projet digital & web
- Méthodes d'animation et de créativité

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Chargé de communication
- Directeur de la communication
- Chef d'agence

SES MISSIONS

- Recueillir les attentes du client et rédiger le cahier des charges de l'événement.
- Gérer sur le terrain toute la logistique du projet, incluant la gestion des espaces, le transport du matériel, et le déplacement des invités.
- Rédiger les supports de communication tels que les invitations, le programme, et les communiqués de presse.
- Construire le budget de l'opération, le négocier avec le client et en assurer un suivi scrupuleux.
- Élaborer le planning des actions et coordonner toute la mise en œuvre de l'événement.

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION
29-48K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



CHARGÉ DE RELATIONS PUBLIQUES ET DE RELATIONS PRESSE

SA FONCTION

Le Chargé de relations publiques incarne l'image de l'entreprise auprès des médias et du grand public. En tant que porte-parole, il met en pratique la stratégie de communication de l'entreprise, en travaillant de concert avec la presse et les institutions publiques. Sa mission consiste également à cultiver et à renforcer l'image de marque de l'entreprise, en garantissant la cohérence et l'harmonie des messages véhiculés.

SES MISSIONS

- Définir la stratégie de promotion presse en sélectionnant les canaux de diffusion.
- Rédiger les supports de communication (invitations, programmes, dossiers et communiqués de presse, ainsi que les publications sur les réseaux sociaux et les newsletters).
- Organiser des événements favorisant la rencontre entre le public ou les journalistes et l'entreprise.
- Participer à la conception, superviser la réalisation et l'actualisation du ou des sites Internet de l'entreprise pour promouvoir sa présence en ligne.
- Analyser les résultats des campagnes, notamment en termes de notoriété et d'audience, ainsi que leur retour sur investissement.

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Développement de réseau
- Revue de presse
- Stratégie de communication multicanal
- Communication de crise et communication responsable

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Responsable de communication
- Responsable de projet événementiel
- Consultant en relations publiques
- Expert en communication institutionnelle

QUALITÉS REQUISES

QUALITÉ DE L'EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

CULTURE GÉNÉRALE ET MÉDIAS

GESTION DU STRESS

TRÈS BONNES CAPACITÉS RELATIONNELLES

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION
29-55K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



Dans les relations presse, la clé du succès réside dans la capacité à créer des liens authentiques avec les médias et à communiquer de manière stratégique.

MARIE PICARD, Fondatrice Yamas Communication et diplômée du MSc Communication digitale et Stratégies d'influence



RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION INTERNE

SA FONCTION

Le Responsable de la communication interne est chargé de créer et de mettre en œuvre des stratégies de communication adaptées pour garantir que les messages clés de l'entreprise soient bien compris et intégrés par tous les membres du personnel. En plus de communiquer sur les objectifs, divers événements et initiatives de l'entreprise, il assure la gestion des canaux de communication internes (newsletters, intranets, communications écrites...)

QUALITÉS REQUISES

CAPACITÉS D'ADAPTATION

BONNE MAÎTRISE DE LA LANGUE FRANÇAISE

CURIOSITÉ

BON RELATIONNEL

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Rédaction d'articles et e-mailings
- Gestion de projet
- Maîtrise des technologies de communication digitale
- Bonne connaissance de l'organigramme de l'entreprise

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Responsable de marque employeur
- Chef de projet en ressources humaines
- Directeur de la communication

SES MISSIONS

- Définir la stratégie de communication à destination des salariés de l'entreprise.
- Développer un sentiment commun d'appartenance au sein de l'entreprise et fédérer les collaborateurs autour de l'activité et de valeurs communes.
- Coordonner les activités de communication interne.
- Développer divers supports de communication comme les livrets d'accueil, les blogs/journaux/radios internes.

DIPLÔME BAC +3

RÉMUNÉRATION
27-45K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



LES MÉTIERS DE LA GESTION DE PROJET ET DE LA WEB ANALYSE

« Évaluer les performances et ajuster les stratégies en conséquence »

A portrait of a man with short brown hair, a beard, and black-rimmed glasses. He is smiling and wearing a dark, high-collared jacket. The background is blue with white 'Excelia' logos.



UX DESIGNER

SA FONCTION

L'UX Designer s'intéresse à l'ergonomie et à l'expérience utilisateur. Il travaille en étroite collaboration avec l'UI Designer. UX signifie « user experience » : ce professionnel vise donc à offrir la meilleure expérience possible à l'utilisateur. Il imagine le scénario que peut vivre un utilisateur et s'appuie sur les blocages rencontrés pour affiner l'intuition du système et la simplicité d'utilisation. Son rôle est aussi bien axé sur la technique que sur la stratégie. Les principaux recruteurs sont les agences digitales et les agences de communication. Bien que les UX Designer peuvent également travailler en freelance.

QUALITÉS REQUISES

**RIGUEUR, VOIRE
PERFECTIONNISME**

**INTÉRÊT POUR LE WEB ET LES
DISCIPLINES TECHNIQUES**

CAPACITÉS D'ANALYSE

**GOÛT POUR LE TRAVAIL
EN ÉQUIPE**

LES COMPÉTENCES À MAÎTRISER

- Marketing & Web Marketing
- Stratégies de communication digitales
- Programmation
- Design

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Directeur marketing
- Directeur de création interactive
- Directeur d'agence web

SES MISSIONS

- Recueillir et analyser les besoins de l'utilisateur, en cherchant à comprendre son ressenti tout au long du parcours d'achat.
- Créer des arborescences pour mettre en avant les différents parcours utilisateurs.
- Établir un budget pour le projet dont il a la gestion.
- Modéliser les parcours clients et faciliter les points de contact avec le client pour adapter le discours.
- Concevoir le service ou l'interface en prenant en compte l'ensemble des contraintes cognitives, comportementales, émotionnelles ou techniques.

DIPLÔME
BAC +5

RÉMUNÉRATION
33-55K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)

CHEF DE PROJET DIGITAL

Web Marketeur / Chef de projet Web Marketing

SA FONCTION

Au sein d'une entreprise ou d'une agence de communication, le Chef de projet digital coordonne l'ensemble des étapes de production d'un projet web marketing ou de marketing digital. Sa mission consiste à moderniser les outils de communication et de marketing d'une entreprise. Il peut contribuer à la transformation digitale de son entreprise.

SES MISSIONS

- Déployer des projets visant à intégrer les supports digitaux de la marque dans les comportements des consommateurs, offrant ainsi de nouvelles expériences aux utilisateurs.
- Élaborer la stratégie de communication en ligne et assurer la mise à jour des contenus sur les supports digitaux.
- Contribuer au déploiement des projets de digitalisation de l'entreprise : ouverture d'un site e-commerce, mise en place d'un système de gestion client (CRM)...
- Animer une équipe pluridisciplinaire comprenant des graphistes, des webmasters, des rédacteurs et des développeurs.
- Mettre en œuvre des actions pour accroître le trafic du site web de l'entreprise et générer des leads.

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Web Marketing
- Gestion de projet/ transformation digitale
- Gestion de contenu digital, analytics, tracking et outils associés
- UX/UI

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Chef de projet digital senior
- Responsable e-commerce
- Directeur commercial
- Directeur de projet digital

QUALITÉS REQUISES

CULTURE WEB

RIGUEUR ET ORGANISATION

ESPRIT D'ANALYSE

**CAPACITÉ À TRAVAILLER EN
ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE**

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION
32-53K €
(fourchette issue de 80% des
offres d'emploi / données Apec)



TRAFFIC MANAGER

Responsable gestion de trafic, Responsable Web Analytics

SA FONCTION

Le Traffic Manager a pour mission d'activer et d'optimiser tous les leviers d'acquisition de trafic sur le web (référencement, partenariats...) pour assurer à l'entreprise une forte présence sur la toile. Attirer l'attention des internautes, stimuler le trafic et booster les ventes font partie de ses objectifs principaux. Armé de son expertise et d'un brin de créativité, il jongle entre algorithmes et stratégies digitales pour hisser le site tout en haut des résultats de recherche, mais aussi augmenter autant que possible le nombre de pages vues et de clics et le taux de conversion sur les pages de ce dernier.

QUALITÉS REQUISES

RÉACTIVITÉ

INTÉRÊT POUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

RIGUEUR

BONNES CAPACITÉS D'ORGANISATION

LES SUJETS À MAÎTRISER

- Langages web et code
- Outils de tracking
- Mobilisation des ressources du web
- Techniques du e-marketing

LES DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

- Responsable web marketing
- Directeur du marketing digital
- Consultant en marketing digital

SES MISSIONS

- Définir la stratégie d'acquisition et optimiser le trafic.
- Gérer les campagnes d'e-mailings.
- Analyser la fréquentation et le positionnement du site.
- Surveiller les nouvelles tendances en termes de technologie et de comportements des consommateurs sur le web.
- Identifier les opportunités de différenciation et d'acquisition de prospects (génération de leads).

DIPLÔME
BAC +3

RÉMUNÉRATION
33-65K €
(fourchette issue de 80% des offres d'emploi / données Apec)



CONCLUSION

Maintenant que vous savez tout sur les différents métiers de la communication, vous avez désormais **tous les éléments pour vous lancer et trouver la formation qui vous permettra d'atteindre vos objectifs professionnels !**

Vous l'aurez sans doute compris : avec une once de rigueur, une bonne dose de curiosité, et un réel intérêt pour l'univers passionnant de la communication, vous aurez (presque) toutes les clés en main pour réussir. La prochaine étape ? **Trouver la formation qui vous conviendra et vous accompagnera efficacement pour bien débiter votre carrière dans la communication.**

Vous ne savez pas par où commencer pour trouver le cursus fait pour vous ? Dans ce cas, vous pouvez commencer par [consulter notre site internet](#) pour trouver toutes les informations nécessaires sur nos programmes, ou encore contacter les **Career et Admissions Services d'Excelia**. Ils se feront un plaisir de vous renseigner sur les programmes de l'école et sur les différentes étapes pour intégrer Excelia Digital Communication School.

Par ici pour [prendre rendez-vous](#).

À BIENTÔT !



EN SAVOIR PLUS SUR
EXCELIA DIGITAL
COMMUNICATION
SCHOOL



PÔLE NOUVELLE-AQUITAINE

Campus La Rochelle (siège social) :
102 rue de Coureilles
Les Minimes
17000 La Rochelle

PÔLE CENTRE-VAL DE LOIRE

Campus Tours :
8 rue Léo Delibes
37200 Tours

Campus Orléans :
17 boulevard de Châteaudun
45000 Orléans

PÔLE ÎLE-DE-FRANCE

Campus Paris :
57 avenue du Président Wilson
94230 Cachan

Tél. : 05 16 59 05 30 - Mail : contact@excelia-group.com
excelia-group.fr

