

Description

Le ou la spécialiste en communication assurent la réalisation d'une campagne de promotion et de mise en valeur de produits et de services telle que décidée par leurs supérieurs. Ils planifient les différentes étapes de production du matériel promotionnel (choix du matériau, graphisme, impression, emballage, etc.), choisissent les meilleurs espaces publicitaires (affiches, journaux, autres médias, réseaux sociaux, etc.) et tirent le meilleur usage du budget qui leur est octroyé.

Leurs principales activités consistent à:

Etudes du marché et du produit

- prendre connaissance des stratégies et des objectifs de promotions décidés par les clients et supérieurs;
- s'informer sur le produit concerné par la campagne de marketing;
- identifier le public cible et l'image à développer pour que le produit suscite son intérêt;
- faire réaliser une étude de marché pour cerner les attentes et les comportements des consommateurs;

Choix des moyens de diffusion

- planifier la campagne publicitaire en fonction des produits à promouvoir et des collaborateurs à mandater;
- demander des devis aux différents collaborateurs externes (rédacteurs publicitaires, graphistes, photographes, polygraphes, etc.), comparer leurs prix en fonction de leurs prestations, puis établir un cahier des charges précis;
- diriger et coordonner le travail de ces différents spécialistes et leur indiquer la stratégie à suivre (design, langage, forme de l'emballage, type d'illustration, etc.) et les objectifs à atteindre (public cible à conquérir ou à fidéliser, image de marque à améliorer, etc.);
- choisir les supports média appropriés à la campagne envisagée (presse, affichage, radio, télévision, cinéma, Internet) et déterminer leur fréquence et volume de diffusion, les lieux d'affichage, etc.;

Contrôle des prestations

- veiller au respect des délais et des budgets et effectuer des contrôles de qualité lors de chaque étape de production;
- assurer le suivi de la réalisation du projet et vérifier que les prestations des différents collaborateurs sont homogènes et complémentaires;
- évaluer le succès de l'opération sur la base des ventes de produits ou par une étude spécifique.

Environnement de travail

Le ou la spécialiste en communication font partie d'une équipe composée de graphistes, rédacteurs publicitaires, secrétaires, etc. S'ils travaillent dans une agence médias ou au service publicité d'une moyenne ou d'une grande entreprise, ils sont sous les ordres des chefs de marketing. Sinon, au sein d'une petite entreprise, ils jouissent d'une grande autonomie. Ils assurent le lien entre l'annonceur, dont ils gèrent le budget publicitaire, et l'agence ou le service qu'ils représentent. Leurs horaires de travail sont réguliers quoique chargés avant et lors du lancement de la campagne.

Formation

La formation de spécialiste en communication s'acquiert en emploi.

Lieux

- Bienne et Lausanne.

Durée

- 1 an environ.

Conditions d'admission à l'examen

- CFC dans le domaine du commerce, des arts graphiques ou de la vente, maturité, diplôme ES, brevet fédéral, titre HES ou universitaire et 2 ans de pratique professionnelle dans la publicité, les relations publiques, le marketing ou la vente;
- autre profil et 3 ans de pratique professionnelle dans le domaine.

Titre obtenu

- brevet fédéral de spécialiste en communication.

Contenu (matières d'examen)

- bases: économie politique, économie d'entreprise, droit de la publicité, économie de la publicité;
- marketing;
- communication;
- réalisation/production;
- médias.

Qualités requises

L'exercice de cette profession fait appel à des qualités comme:

- Sens de la communication
- Esprit d'initiative
- Aptitude à travailler en équipe
- Facilité d'expression
- Aptitude à négocier
- Sens commercial
- Présentation soignée

Perspectives professionnelles

Dans le cadre de leur évolution professionnelle, le ou la spécialiste en communication peuvent devenir chefs du service de publicité d'une entreprise (grand magasin, industrie, etc.), conseillers en publicité dans une agence de publicité ou responsable de la diffusion de la publicité dans une agence ou une régie d'annonces.

Perfectionnement

Les spécialistes en communication peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue proposés dans le domaine de la publicité par les organisations du monde du travail ou des instituts publics ou privés;
- diplôme fédéral de responsable de la communication, en emploi, Bienne et Lausanne;
- diplôme fédéral de chef-fe de marketing, en emploi, Bienne;
- diplôme fédéral de chef-fe de vente, en emploi, Bienne et Lausanne;
- etc.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/perfectionnement.

Professions voisines

- Chef de marketing DF/Cheffe de marketing DF
- Chef de vente DF/Cheffe de vente DF
- Conseiller en relations publiques DF/Conseillère en relations publiques DF
- Spécialiste de vente BF/Spécialiste de vente BF
- Spécialiste en marketing BF/Spécialiste en marketing BF
- Spécialiste en relations publiques BF/Spécialiste en relations publiques BF

Adresses

CS - Communication Suisse
Kappelerstrasse 14
8001 Zurich
Tél.: 044 211 40 11
<http://www.ks-cs.ch>

SAWI – Academy for Marketing and Communication
SA
Av. de Florimont 1
1006 Lausanne
Tél.: 021 343 40 60
<http://www.sawi.com/fr/>

seelandAcademy Sàrl
Rue des Barques 9
2503 Biel/Bienne
Tél.: 032 558 30 55
<http://www.seelandacademy.ch>