

Fran. ✓
Math.
Angl.

Hist.
Géo.
I-Civ.

M-Arts.
Tech.
D-Pro. ✓

**B2i**  
 4.4 4.5

Fiches associées thématiques  
 T.1 T.2  
 T.3 T.9

11 Fiches métiers à télécharger

### Durée de chaque atelier

- Atelier 1 : 20 min
- Atelier 2 : 20 min
- Atelier 3 : 20 min

## Objectif

Comprendre le périmètre de différents métiers du secteur et savoir les articuler à travers des mises en situation.

### Rappel des métiers

- Chef de produit
- Chef de pub
- Graphiste
- Concepteur/rice-rédacteur/rice
- Planneur/se stratégique
- Médiaplanneur/se (agence, régie ou agence média)
- Chargé/e d'études
- Webdesigner
- Community manager
- Consultant/e en référencement naturel
- Juriste spécialisé/e

### Le principe des mises en situation

Différentes situations professionnelles sont exposées. Elles correspondent à différentes étapes de la mise en place d'une campagne publicitaire. Pour atteindre les objectifs assignés à chaque étape, il faut faire travailler ensemble plusieurs professionnels du secteur.

Pour chaque situation, il faut identifier les professionnels à faire intervenir en prenant connaissance des onze fiches « métier ». Un même profil professionnel peut se retrouver dans plusieurs situations de la mise en place par étapes de la campagne.

Une fois les interlocuteurs identifiés, il faut attribuer à chacun la phrase qu'il aurait pu prononcer.

NB : les fiches « métier » sont à télécharger sur [www.mediasmartplus.fr](http://www.mediasmartplus.fr)

Les métiers retenus correspondent à des fonctions de débutants dans le secteur. Ils ne sont pas exhaustifs, mais ont été choisis de manière à donner un aperçu varié des fonctions, compétences et entreprises du secteur de la communication.

## Atelier 1. Première situation : phase de conception créative

Une société cosmétique a conçu un nouveau parfum.

Elle prépare son lancement et va exposer ses objectifs (brief) à son agence pour la première phase, qui correspond à la conception de la campagne.

Le nouveau produit est en fait un duo de parfums « Love match » : plusieurs combinaisons possibles masculin-féminin en fonction de votre profil de séduction et de celui de votre amoureux(se).

L'agence se met au travail et commence par constituer son équipe projet (les professionnels qui vont travailler sur le projet de campagne) pour cette phase initiale de conception créative : la définition des publics, l'approche stratégique, la création, le slogan (phrase courte qui résume, complète ou renforce le message de la publicité) et les supports publicitaires : affiches ou annonces, spots publicitaires, site éphémère...

Qui compose l'équipe projet ?

Attribuer à chaque professionnel la phrase qu'il pourrait prononcer.

**Solution**  
L'équipe projet de la situation 1 est composée de :

- A. Chef de produit  
 B. Chef de pub  
 C. Planneur/se stratégique  
 D. Concepteur/rice-rédacteur/rice  
 E. Webdesigner  
 F. Graphiste

### La phrase à attribuer à chaque professionnel

1. « Dois-je prévoir un formulaire de commande d'échantillons dans l'arborescence du site ? »
2. « Que pensez-vous de : *Love Match*, un parfum unique, tout comme votre histoire d'amour ? »
3. « Notre objectif n°1 sur le produit : conquérir la cible jeune ! »
4. « La tendance qui va prendre de l'ampleur, c'est le retour du punk, donc il faut en tenir compte dans l'approche créative. »
5. « OK pour le côté punk, mais je refuse de mettre trop de noir, un parfum ça se doit de rester léger. »
6. « Pour traduire nos objectifs, il faut cibler le public des 15-17 ans, qui apprécieront le côté ludique du produit et son aspect qualitatif. »

Solution des phrases : A3, B6, C4, D2, E1, F5

**Solution**  
**Les professionnels**  
**qui interviennent**  
**dans la situation 2 sont :**

- D. Consultante en référencement naturel  
C. Chef de pub  
B. Média planeur/se  
A. Chargé/e d'études

**Atelier 2. Deuxième situation : plan médias**

Une fois la campagne conçue sur le plan créatif, il faut procéder au choix des médias et supports hors-médias sur lesquels elle va être diffusée.

Qui intervient à ce stade pour établir la stratégie médias et hors-médias de la campagne et s'assurer qu'elle va trouver ses publics ?  
Et que pourrait dire chacun à ce stade ?

**La phrase à attribuer à chaque professionnel**

1. « Je préfère une diffusion plutôt centrée sur l'internet, c'est cohérent avec le public à toucher et avec mes contraintes budgétaires. »
2. « Les études montrent que les jeunes sont très sensibles à la recommandation de leur réseau et au bouche-à-oreille. »
3. « Pour sortir en bonne position sur les moteurs de recherche, il faut aussi choisir des mots-clés un peu sélectifs. »
4. « On va mixer une campagne radio sur les libres antennes et une campagne virale sur les sites jeunes. »

Solution des phrases : A2, B4, C1, D3

**Atelier 3. Troisième situation : le volet numérique de la campagne**

Il s'agit, maintenant que la campagne de lancement a débuté, de compléter la communication autour du produit en apportant plus de contenus informatifs et ludiques :

- en créant et animant une page de fans du produit sur les réseaux sociaux (page personnalisée par une marque, une cause ou une personnalité pour informer de manière régulière les internautes inscrits à cette page),
- en proposant des jeux et des applications pour téléphones portables.

On prévoit enfin de mettre en place un jeu-concours pour entretenir le trafic (le nombre de visiteurs du site) sur le site éphémère (qui a une durée limitée, ici adossée à la période de lancement du produit).

Quels sont les interlocuteurs qui participent à cette nouvelle phase ?  
Et que disent-ils ?

**Solution**  
**L'équipe projet**  
**de la situation 3**  
**est constituée de :**

- A. Community manager  
B. Chef de pub  
C. Juriste spécialisée/e

**La phrase à attribuer à chaque professionnel**

1. « Il faudrait revoir le lot du grand gagnant du concours, pour le rendre plus attractif. »
2. « On peut revoir ensemble le règlement du concours ? Parce que je dois absolument l'envoyer à l'huissier. »
3. « Avec le petit jeu qu'on a ajouté à notre page de fans, on peut miser sur 3 000 visiteurs en 15 jours. »

Solution des phrases : A3, B1, C2