

## Description

La conceptrice et rédactrice ou le concepteur et rédacteur conçoivent des textes pour la communication d'entreprise, le marketing, la publicité ou la vente. Ils rédigent des slogans, des brochures, des synopsis de spots publicitaires, des flyers, etc., en présentant de manière attractive les produits et services de leur clients (entreprises ou particuliers). Leurs textes s'adaptent aux différents médias et publics, afin de susciter l'intérêt des consommateurs.

Leurs principales activités consistent à :

### Développement de concepts publicitaires

- étudier la demande du client (mandat interne ou entreprise externe), la clarifier si besoin
- effectuer des recherches sur le public cible et produit ou service en question: caractéristiques, étude de marché, analyse concurrentielle, etc.
- développer un concept publicitaire ou une stratégie de communication: définir les objectifs, les publics cibles, le message à transmettre, etc.
- choisir les outils de publicité et de communication (numériques ou analogiques) adaptés à la demande du client: publicité traditionnelle (affichages, spots radiophoniques ou télévisés, bannières, etc.), promotion des ventes (jeux-concours, primes, bons de réduction, etc.), marketing direct (envoi de courrier postal et électronique, télémarketing, etc.), relations publiques (site Internet, réseaux sociaux, communiqués de presse, etc.), événementiel (foires, expositions, etc.) ou sponsoring
- présenter la stratégie au client et planifier sa mise en œuvre

### Rédaction et conception

- rédiger des textes clairs, précis et concis de manière à capter l'attention et à susciter l'intérêt du public cible pour le produit ou service mis en valeur
- adapter un texte aux différents publics (enfants, jeunes, adultes, etc.) et médias (flyers, site Internet, réseaux sociaux, SMS, etc.)
- trouver la formulation, le vocabulaire, le ton et la police de caractères les plus adaptés au concept publicitaire; définir un langage imagé et développer des phrases d'accroche: titres, manchettes, slogans, etc.
- prendre en compte les aspects liés au référencement naturel (SEO) afin d'améliorer le positionnement d'un site dans la page de résultats des moteurs de recherche: choix des mots-clés, des titres, etc.
- rédiger un synopsis pour un spot publicitaire destiné à la télévision ou à la radio
- utiliser des logiciels, notamment pour créer les premières esquisses d'images, de vidéos et de contenus audio

### Suivi de projet

- suivre la réalisation du projet et la diffusion du message publicitaire; se prononcer sur les propositions graphiques, en vérifier la cohérence avec le concept publicitaire
- analyser et prendre en compte les retours reçus sur le plan rédactionnel, finaliser les textes
- veiller aux respects des normes en vigueur, dont la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) et les droits d'auteurs

### Environnement de travail

Ces professionnels travaillent dans des agences de publicité, de marketing et de communication. Ils peuvent également exercer leur activité au sein du service marketing d'une moyenne ou grande entreprise, sous les ordres des chefs de marketing, ou d'une petite société dans laquelle ils jouiront d'une plus grande autonomie. Ces professionnels peuvent également travailler comme indépendants. Ils collaborent avec des graphistes, des spécialistes de la communication et du marketing, des traducteurs, des correcteurs ou encore des juristes. Leurs horaires de travail peuvent parfois être irréguliers et chargés afin de respecter les délais.

## Formation

La formation de conceptrice et rédactrice ou de concepteur et rédacteur s'acquiert en emploi.

### Lieux

- Bienne (BE)
- Lausanne (VD)

Pour plus de détails, consulter [www.orientation.ch/ecoles](http://www.orientation.ch/ecoles).

### Durée

- 1 à 1,5 an

### Conditions d'admission à l'examen

Avec diplôme dans le domaine ou maturité

- Certificat fédéral de capacité (CFC) d'employé-e de commerce, du secteur du graphisme, de la médiamatique ou de la vente
- ou diplôme d'une école de commerce
- ou brevet fédéral, diplôme fédéral ou diplôme d'une haute école ou d'une école supérieure dans le domaine commercial, de la communication, de la publicité, des relations publiques, du marketing ou de la vente

De plus, pour tous les titres mentionnés:

- 2 ans minimum de pratique professionnelle dans le domaine de la publicité, de la communication, des relations publiques, du journalisme, du graphisme, du marketing ou de la vente

Sans diplôme dans le domaine

- AFP, autre CFC, certificat de culture générale, maturité gymnasiale, professionnelle ou spécialisée ou titre jugé équivalent
- Au minimum 3 ans de pratique professionnelle dans les domaines concernés

### Titre obtenu

- Brevet fédéral de conceptrice et rédactrice ou de concepteur et rédacteur

### Contenu

- Rédaction créative
- Orthographe, grammaire, ponctuation
- Rédaction
- Travail de projet: développer un concept orienté vers la pratique
- Bases du marketing et outils de communication
- Recherche et aspects juridiques

## Qualités requises

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

- Facilité de rédaction
- Créativité et imagination
- Sens de la communication
- Esprit d'initiative
- Aptitude à travailler en équipe
- Aptitude à négocier
- Sens commercial

## Perspectives professionnelles

Les conceptrices et rédactrices et les concepteurs et rédacteurs trouvent du travail dans des agences de publicité, de marketing et de communication, ainsi qu'au sein du service marketing de moyennes et grandes entreprises (magasins, industries, etc.). Ils peuvent également être mandatés par des ONG, des institutions de formation ou encore des organismes publics. Après plusieurs années d'expérience, ces professionnels peuvent devenir directeurs de création, chefs d'un service marketing ou créer leur propre agence. L'évolution technologique et l'apparition de nouveaux médias numériques leur offrent de nombreuses possibilités d'évolution et les obligent à se former continuellement.

### Perfectionnement

Les conceptrices et rédactrices et les concepteurs et rédacteurs peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue organisés par les associations professionnelles
- diplôme fédéral de chef-fe de marketing, de responsable de la communication ou de chef-fe de vente
- Bachelor of Science HES en Business Communication
- Certificate of Advanced Studies (CAS) en Business Communication and Public Affairs, en Corporate Communications ou en Digital Communication Excellence
- etc.

Pour plus de détails, consulter [www.orientation.ch/perfectionnement](http://www.orientation.ch/perfectionnement).

## Professions voisines

- Chef de marketing DF/Cheffe de marketing DF
- Chef de vente DF/Cheffe de vente DF
- Responsable de la communication DF/Responsable de la communication DF
- Spécialiste de vente BF/Spécialiste de vente BF
- Spécialiste en communication BF/Spécialiste en communication BF
- Spécialiste en marketing BF/Spécialiste en marketing BF
- Spécialiste en relations publiques BF/Spécialiste en relations publiques BF

## Adresses

Berufsverband der Texterinnen und Texter in der Schweiz  
Bachtobelstrasse 53  
8045 Zurich 45  
<https://www.textverband.ch>

KAIROS Academy  
Pra Pury 19  
3280 Morat  
Tél.: +41 32 558 30 55  
<https://kairos-academy.ch/fr/>

Trägerverein eidg. Fachausweis Konzepter:in und Texter:in  
Lisa Steger  
Leitung Prüfungsorganisation  
Lächenstrasse 20  
8247 Flurlingen  
Tél.: +41 79 64 260 64  
<https://www.texterin-texter.ch>