

ULTRA.

FICHE DE POSTE — ON RECRUTE

YouTube Creative Producer

La personne qui va devenir propriétaire créatif et opérationnel de la chaîne YouTube ULTRA : des vidéos long format que les gens veulent cliquer, regarder et terminer.

Paris La Défense — présentiel

Long format YouTube

Disponibilité rapide

NOTRE AMBITION

Une chaîne YouTube entrepreneuriale francophone de référence.

Pas une chaîne corporate. Pas une succession de podcasts filmés. Pas du contenu créé simplement pour « être présent sur YouTube ». Nous voulons produire de vrais programmes YouTube, capables de réunir exigence éditoriale, divertissement, storytelling et valeur business.

L'un de nos formats sera notamment construit autour de **Marvin, cofondateur d'ULTRA**, qui réalisera des audits et analyses approfondies de personnalités, d'entrepreneurs et de business. Notre ambition : prendre des sujets business parfois complexes et les transformer en vidéos que quelqu'un a réellement envie de regarder pendant 20, 30, 45 minutes ou davantage.

Ta responsabilité ne sera pas simplement de « sortir des vidéos ». Ta responsabilité sera de créer des vidéos que les gens veulent cliquer, regarder et terminer.

TU ES LE PROPRIÉTAIRE DE LA VIDÉO

Lorsqu'une vidéo démarre, tu en deviens le chef d'orchestre. Tu pilotes :

- | | | |
|---------------------|------------------------------|------------------------------|
| ■ L'idée et l'angle | ■ Le script | ■ Le packaging |
| ■ La promesse | ■ La préparation du tournage | ■ Le titre et la miniature |
| ■ La recherche | ■ Le tournage | ■ La publication |
| ■ Le storytelling | ■ Le montage et le rythme | ■ L'analyse des performances |

Tu n'exécutes pas nécessairement chacune de ces tâches toi-même. Au contraire, nous mettons une équipe à ta disposition. Mais tu dois être capable de **driver chaque métier vers un objectif commun : produire la meilleure vidéo possible.**

Une équipe à ta disposition

Un journaliste / researcher

Pour enquêter, trouver les données, les histoires, les archives, les anecdotes et les informations qui vont nourrir le contenu.

Un copywriter / rédacteur

Pour transformer la recherche et tes intentions éditoriales en narration et en script.

Une équipe de tournage selon les besoins

Pour donner au format le niveau de production nécessaire.

Un monteur

Que tu dois être capable de diriger avec précision.

Un mentor YouTube

Une personne accompagnant déjà plusieurs grands créateurs français totalisant plusieurs millions d'abonnés sera disponible chaque semaine pour challenger les concepts, analyser les contenus et t'aider à accélérer ta progression.

Et toi, au milieu de cette équipe : tu portes la vision et la responsabilité du résultat final.

MISSION 01

Trouver des idées qui méritent une vidéo

Tout commence avant le script. Nous voulons quelqu'un qui sait distinguer **une information intéressante** d'une **excellente idée YouTube**. Tu dois comprendre les sujets capables de créer de la curiosité chez les entrepreneurs francophones : entreprises, entrepreneurs, personnalités, success stories, échecs, business models, stratégies, décisions, argent, marketing, vente, management, histoires extraordinaires, phénomènes économiques.

Les deux questions permanentes

Pourquoi quelqu'un cliquerait ? Et surtout : **pourquoi resterait-il ?**

MISSION 02

Maîtriser l'art de la première minute

La miniature et le titre ont obtenu le clic. Maintenant, la vidéo doit tenir sa promesse. Tu dois savoir construire une introduction qui :

- Confirme immédiatement au spectateur qu'il a cliqué sur la bonne vidéo
- Donne envie de connaître la suite
- Crée une question ouverte
- Évite les longueurs
- Installe les enjeux
- Entre rapidement dans le sujet

Pas d'introduction corporate inutile. Pas 90 secondes pour expliquer ce que nous allons expliquer. Chaque seconde doit mériter la suivante.

MISSION 03

Être obsédé par la rétention

Tu comprends profondément le fonctionnement du long format YouTube. Tu sais qu'une vidéo de 40 minutes ne peut pas reposer sur une seule idée répétée pendant 40 minutes.

Tu travailles constamment :

- Le rythme
- Les ruptures
- Les questions ouvertes
- Les révélations
- Les changements visuels
- Les changements de lieu
- Les archives
- Les graphiques
- Les interventions
- Les respirations
- Les surprises
- Les transitions
- Les moments émotionnels
- La progression narrative

Tu dois pouvoir regarder une séquence et dire : « À cet endroit, nous perdons le spectateur. » Puis proposer une solution.

MISSION 04

Savoir raconter une histoire

Même une analyse business doit raconter quelque chose. Une entreprise possède un début, des personnages, des ambitions, des obstacles, des décisions, des erreurs, des victoires, des retournements, des conséquences. Tu dois savoir transformer une recherche brute en narration.

Nous ne voulons pas simplement expliquer ce qui s'est passé. Nous voulons donner envie de découvrir ce qui va se passer ensuite.

MISSION 05

Savoir diriger la recherche et la rédaction

Tu travailleras directement avec notre journaliste/researcher et notre rédacteur. Tu dois savoir leur donner un brief extrêmement clair :

- **Qu'est-ce que nous cherchons ? Quelle est notre thèse ?**
- **Quelles questions restent ouvertes ? Quelles informations devons-nous vérifier ?**
- **Quelles archives devons-nous trouver ? Quels personnages devons-nous comprendre ?**
- **Quels éléments pourraient changer l'histoire ?**

Tu récupères ensuite cette matière et tu la transformes avec l'équipe en structure narrative. **Tu ne dois pas nécessairement être journaliste. Mais tu dois savoir diriger une enquête éditoriale.**

MISSION 06

Diriger le tournage

Le jour du tournage, tu sais exactement ce dont le montage aura besoin. Tu disposes d'un conducteur, tu connais les séquences et les messages essentiels. Tu sais quelles prises doivent absolument être obtenues, quand une réponse n'est pas suffisamment bonne, quand recommencer, quand improviser, et détecter lorsqu'un moment inattendu est meilleur que ce qui était prévu.

Tu travailles avec les équipes audiovisuelles pour que **l'image serve l'histoire**.

MISSION 07

Driver le monteur

Nous ne cherchons pas obligatoirement quelqu'un qui monte lui-même chaque vidéo. Nous cherchons quelqu'un qui sait diriger un excellent monteur. Tu dois pouvoir regarder une V1 et donner des retours extrêmement précis :

- « **Cette séquence est trop longue. Nous révélons l'information trop tôt.** »
- « **Il manque une preuve ici. Nous avons besoin d'une respiration.** »
- « **Cette archive arrive trop tard. Cette séquence fait tomber l'énergie.** »
- « **Il faut une rupture visuelle. Ces 40 secondes peuvent devenir 12 secondes.** »

Tu ne donnes pas uniquement ton avis. Tu sais expliquer pourquoi quelque chose ne fonctionne pas.

MISSION 08

Comprendre le packaging

Une excellente vidéo que personne ne clique reste une vidéo que personne ne regarde. Tu dois comprendre la relation entre **idée** → **titre** → **miniature** → **intro** → **vidéo** : la promesse doit être cohérente du début à la fin. Tu participeras activement à la création et au test des titres et miniatures.

Tu comprends notamment : CTR, impressions, sources de trafic, watch time, average view duration, courbes de rétention, nouveaux vs returning viewers, abonnements générés, performances comparées des formats.

Tu ne produis pas uniquement avec ton instinct. Tu utilises la data pour améliorer ton instinct.

MISSION 09

Analyser chaque vidéo après publication

La publication n'est pas la fin du projet. C'est le début de l'apprentissage. Après chaque sortie, nous voulons comprendre : où les gens ont-ils cliqué, où sont-ils partis, quels moments ont été revus, quelle introduction et quelle miniature ont fonctionné, quel sujet a attiré une nouvelle audience, quel format fidélise, quelle durée fonctionne, qu'avons-nous appris.

Et surtout

Qu'est-ce que la prochaine vidéo doit faire mieux ? Nous voulons construire une organisation qui apprend à chaque publication.

MISSION 10

Être le chef d'orchestre de la production

Une excellente idée livrée trois semaines trop tard reste un projet mal géré. Tu es responsable du calendrier : recherche, écriture, validation, préproduction, tournage, montage V1, feedback, V2, sound design, motion, étalonnage, miniature, titre, publication, analyse.

Chaque personne doit savoir **ce qu'elle doit livrer, quand elle doit le livrer et pourquoi**. Tu anticipes les blocages, tu relances, tu arbitres, tu prends des décisions. Et tu livres.

MISSION 11

Savoir gérer des productions ambitieuses

Nous voulons progressivement produire des projets de plus en plus ambitieux. Certaines vidéos pourront nécessiter : des déplacements, des décors, des studios, plusieurs jours de tournage, des intervenants, des archives, des animations, des équipes techniques importantes, des budgets de plusieurs dizaines de milliers d'euros, et potentiellement davantage sur certaines productions exceptionnelles.

Tu dois savoir gérer simultanément : créativité + équipe + planning + budget + qualité.

MISSION 12

Construire notre machine YouTube

Nous ne voulons pas dépendre du chaos créatif. Tu vas progressivement construire avec nous un véritable YouTube Operating System :

- Pipeline d'idées et scorecards de concepts
- Bibliothèque d'assets
- Templates de recherche
- Calendrier éditorial
- Structures narratives et process de scripting
- Dashboard de performances
- Checklists de tournage
- Post-mortem de chaque vidéo
- Workflow de montage et process de feedback
- Base d'apprentissages

Nous devons progressivement être capables de produire davantage sans diminuer la qualité.

LE PROFIL QUE NOUS RECHERCHONS

Expérience YouTube obligatoire.

Ce point est non négociable. Nous ne recherchons pas un chef de projet marketing qui souhaite découvrir YouTube, ni un réalisateur traditionnel qui ne comprend pas les codes de la plateforme, ni quelqu'un qui « regarde beaucoup YouTube ».

Tu dois avoir déjà participé professionnellement à la production de contenus YouTube significatifs, idéalement pour : des créateurs reconnus, des chaînes disposant de plusieurs centaines de milliers d'abonnés ou davantage, des médias digitaux, des studios de production, des agences spécialisées creator economy, ou des entreprises ayant construit de véritables formats YouTube.

Tu peux avoir été Creative Producer, YouTube Producer, directeur éditorial, chef de projet YouTube, Content Producer, auteur-réalisateur digital, responsable de production éditoriale, ou avoir occupé un rôle différent mais exercé concrètement ces responsabilités.

LES UNIVERS QUI NOUS INTÉRESSENT

Nous aimons les profils exposés à la nouvelle génération de productions YouTube françaises : grands formats de divertissement, documentaires YouTube, enquêtes, business, tech, concepts événementiels, plateaux, interviews fortement éditorialisées, formats narratifs à forte production. Des univers comme ceux de grands créateurs français, de médias digitaux, de studios spécialisés ou d'acteurs tels que Webedia peuvent être pertinents.

Mais attention

Avoir travaillé à proximité d'un grand nom ne nous intéresse pas en soi. **Nous voulons savoir ce que TOI, tu as réellement fait sur le projet.**

TU POSSÈDES DEUX CERVEAUX

Créatif et producteur.

Le cerveau créatif

Tu as du goût. Tu regardes énormément de contenu. Tu détectes rapidement une bonne idée. Tu comprends le storytelling. Tu ressens le rythme. Tu sais quand une vidéo devient ennuyeuse. Tu aimes créer.

Le cerveau producteur

Tu organises. Tu budgétises. Tu planifies. Tu manages. Tu relances. Tu documentes. Tu arbitres. Tu livres.

Nous avons besoin des deux.

TON ÉTAT D'ESPRIT

- Ambitieux(se) et curieux(se)
- Créatif(ve) et très organisé(e)
- Exigeant(e), obsédé(e) par la qualité
- Capable d'accepter énormément de feedback
- Capable de défendre une idée lorsqu'elle est bonne
- Capable de la jeter lorsqu'elle ne fonctionne pas

Tu n'as pas besoin qu'on te donne une checklist quotidienne. On te donne une mission. Tu construis le chemin.

CONDITIONS

Paris La Défense

Présence physique indispensable pour travailler quotidiennement avec Marvin et les équipes de production.

Disponibilité rapide

Des déplacements pourront être nécessaires selon les productions.

POUR CANDIDATER

Le CV seul ne nous intéresse pas. Nous voulons ton portfolio.

Envoie-nous 3 vidéos YouTube minimum auxquelles tu as réellement contribué. Pour chacune, précise :

- 01 La chaîne
- 02 Le nombre de vues
- 03 Ton rôle exact
- 04 Ce que tu as personnellement imaginé ou produit
- 05 La taille de l'équipe
- 06 Le budget approximatif de production que tu pilotais, lorsque tu peux le communiquer
- 07 Le principal problème rencontré
- 08 Ce que tu changerais aujourd'hui sur cette vidéo

Puis montre-nous comment tu regardes une vidéo

Sélectionne une vidéo YouTube dont tu n'es pas l'auteur et explique-nous en quelques lignes : pourquoi son introduction fonctionne, à quel moment la rétention risque de décrocher, et ce que tu aurais changé.

Les meilleurs profils recevront un sujet ULTRA.

Tu disposeras d'un temps limité pour nous présenter :

- 01 Le concept de la vidéo et sa promesse
- 02 3 propositions de titres
- 03 3 pistes de miniatures
- 04 Les 60 premières secondes
- 05 La structure narrative
- 06 Les moments de relance de l'attention
- 07 Le dispositif de tournage et les ressources nécessaires
- 08 Le planning de production
- 09 Une estimation budgétaire

Puis tu défendras ton projet devant nous. Nous voulons voir comment tu réfléchis.

COMMENT NOUS MESURERONS TA RÉUSSITE

Aucun KPI ne sera analysé seul

- La qualité des concepts
- La régularité de publication
- Le respect des deadlines
- La maîtrise des budgets
- Le CTR
- La rétention des premières secondes et de la première minute
- L'Average View Duration et le watch time
- Les performances des vidéos par rapport aux précédentes
- La capacité à générer de nouveaux viewers
- La fidélisation de l'audience
- La qualité des retours donnés aux équipes
- La progression générale de la chaîne

Une vidéo doit être comprise dans son contexte : sujet, audience, durée, distribution et ambition.

NOTRE OBJECTIF

Prendre les histoires les plus intéressantes du monde entrepreneurial. Les rechercher sérieusement. Les écrire intelligemment. Les raconter simplement. Les produire magnifiquement. Et utiliser les codes du meilleur YouTube français pour apporter énormément de valeur aux entrepreneurs.

Nous allons te donner des ressources, une équipe, des sujets, un environnement, un mentor expérimenté, et la possibilité de construire le projet depuis ses débuts. En échange, nous cherchons quelqu'un capable d'en devenir **le propriétaire créatif et opérationnel**. Quelqu'un qui, lorsqu'une vidéo ULTRA sort, peut réellement dire : « Cette vidéo, c'était mon projet. »

Tu te reconnais ?

Si ton ambition est simplement de gérer une chaîne YouTube, ce poste n'est probablement pas pour toi. Si ton ambition est de construire une chaîne capable de devenir une référence du YouTube entrepreneurial francophone, nous voulons te rencontrer. Envoie-nous ta candidature avec ton portfolio.