



## • Chargé(e) de communication externe

- Responsable/Directeur de la communication

## Intitulé du métier

### Chargé(e) de communication externe

## Autres appellations du métier

Chargé des relations extérieures, chargé des relations publiques, assistant de communication

## Définition ou description synthétique du métier

Le chargé de communication a pour mission de concevoir, de développer et de suivre les actions de communication et de promotion en accord avec la stratégie de l'entreprise, en direction du grand public, de la clientèle ou vers les partenaires.

## Accès au métier

Ce métier est accessible à un débutant ou à une personne disposant d'une première expérience, titulaire d'une formation de niveau Bac + 2 ou licence, spécialisée en communication (journalisme, relations publiques, information et communication...).

## Conditions de travail

Le travail est rythmé par les contraintes de production, d'édition, de réalisation de supports publicitaires ou de communication. L'emploi nécessite aussi une forte disponibilité en période de préparation d'opérations de promotion ou de communication spécifiques.

## Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, le chargé de communication est en relation avec le responsable de communication, avec le directeur de magasin, mais aussi plus généralement avec tous les salariés de l'entreprise chargés de véhiculer l'information, notamment les managers et avec les cadres des équipes commerciales.

## Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

### Conception et réalisation de documents et supports de communication

- Participer à la conception et à la mise en œuvre des plans de communication
- Concevoir et réaliser des documents de communication : affichage et signalétique des magasins, supports de communication pour les campagnes de communication courantes (promotions produits, prix,...). Élaboration de spots publicitaires (en lien avec des prestataires)
- Organiser et assurer le suivi du projet : choix des thèmes de communication, messages, articles, rédaction, mise en page et maquettage, fabrication et diffusion
- Concevoir des supports spécifiques sur le site internet (en lien avec le webmaster)
- Se coordonner avec les équipes de promotion des magasins pour la mise en œuvre de la stratégie de communication de l'entreprise

- Suivre les relations avec les prestataires externes / sous-traitants (définition de cahiers des charges, suivi des prestations)

### Organisation d'événements

- Participer à la conception et à la préparation de conférences, séminaires, colloques, expositions,...
- Organiser la logistique (réservation de salles ou de stands,...)
- Concevoir et assurer le suivi de la réalisation des supports de communication
- Participer aux réunions de préparation et de coordination
- Réaliser des actions de communication et d'animation

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- Connaître les techniques de communication
- Connaître des outils informatiques (logiciels)

### Savoirs de l'action

- Connaître les réseaux de communication (médias spécialisés,...)
- Savoir utiliser les outils de communication de l'entreprise
- Avoir une bonne connaissance des différents médias
- Savoir gérer un budget spécifique (actions de communication)
- Savoir évaluer l'offre d'un prestataire
- Savoir gérer la relation avec un prestataire

### Compétences relationnelles et comportementales

- Disposer d'une capacité d'initiative et de proposition
- Avoir une aptitude à la communication écrite et orale
- Avoir de la créativité et de l'imagination
- Mettre en œuvre une bonne organisation
- Disposer d'une capacité à bien gérer son temps

## Environnement de travail

Le métier s'exerce généralement soit au siège, soit dans les magasins de grande taille.



- Chargé(e) de communication externe
- **Responsable/Directeur de la communication**

### Intitulé du métier

#### Responsable/Directeur de la communication

### Définition ou description synthétique du métier

Le responsable/directeur de communication participe, en lien avec la direction générale, à la définition de la stratégie de communication de l'entreprise (promotion de l'identité et de l'image de marque, stratégie commerciale, économique, relations sociales), en direction du grand public, de la clientèle ou vers les partenaires, et lors de la préparation d'événements ou manifestations.

Il conçoit ou met en œuvre des actions de communication en mobilisant un réseau de prestataires ou de partenaires. Il est chargé également des relations avec les différents médias (télévision, radio, presse, internet,...).

### Accès au métier

Ce métier est accessible à partir d'une formation supérieure de niveau licence ou master, spécialisée en communication (journalisme, relations publiques, information et communication,...).

Il est aussi accessible en promotion interne ou par recrutement externe de personnes ayant un profil plus généraliste (sciences humaines, économiques, formation culturelle ou artistique,...), possédant une large culture générale ainsi qu'une bonne connaissance de la culture de l'entreprise. La connaissance du milieu de l'information (grands médias) est appréciée, voire nécessaire.

### Conditions de travail

Le métier nécessite de nombreuses relations externes : couvertures médias, campagnes de presse, opérations publicitaires,... Le métier est très exposé, car le responsable de communication exerce souvent en lien direct avec la direction générale de l'entreprise, promeut l'image de celle-ci vers l'extérieur, et participe par son action à la stratégie de promotion commerciale.

### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

Relations fonctionnelles internes et/ou externes : en interne, il est en relation avec la direction de l'entreprise et avec le management supérieur (directeur des ventes, directeur marketing en particulier, direction des ressources humaines), ainsi qu'avec le(s) chargé(s) de communication. Il peut être en relation occasionnelle avec les directeurs de magasin.

### Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

#### Conception et coordination d'actions de communication

- Participer à la définition de la stratégie de communication de l'entreprise/du magasin. Préparer le plan de communication
- Définir la politique de communication de l'entreprise/du magasin ; choix des supports, des cibles, des concepts et des messages, plan médias

- Se coordonner avec le service marketing/commercial pour la réalisation d'opérations spécifiques et conjointes
- Superviser la réalisation d'actions et les supports de communication (dossiers et campagnes de presse, affichages publicitaires, visuels, audiovisuel, multimédia,...)
- Négocier les conditions tarifaires auprès des différents médias (encarts publicitaires dans les catalogues ou revues spécialisées, spots TV,...) et auprès des prestataires (imprimeries, publicitaires,...)
- Assurer le suivi des relations médias

#### Communication

- Organiser des manifestations publiques (montage et animation de stands, préparation de salons, conférences, séminaires,...).
- Participer aux actions de communication (grands événements, salons spécialisés, relations grands médias (TV, radio, presse, internet), conférences de presse,...)
- Participer à des actions de mécénat ou de sponsoring

#### Management

- Recruter les collaborateurs du service communication
- Réaliser l'encadrement de l'équipe du service communication
- Organiser le travail, la gestion des plannings
- Mettre en œuvre des entretiens professionnels, évaluer les besoins de formation des équipes
- Gérer le budget de communication

#### Compétences

##### Savoirs théoriques et procéduraux

- Connaître les techniques de communication
- Connaître les démarches de projet

##### Savoirs de l'action

- Savoir établir un plan de communication
- Savoir élaborer un plan média
- Savoir communiquer autour des valeurs de l'entreprise
- Être capable de valoriser les actions menées par l'entreprise dans différents domaines (économique, commercial, social, environnemental, éthique,...)



- Chargé(e) de communication externe
- **Responsable/Directeur de la communication**

## Grands Magasins et Magasins Multi-Commerces

- Connaître les différents médias ainsi que les différents supports de communication (TV, presse, radio, multimédia,...)
- Savoir gérer un réseau de prestataires de communication
- Savoir gérer un budget de communication

### **Compétences relationnelles et comportementales**

- Très bonnes capacités de communication écrite et orale
- Sens des relations publiques
- Créativité, aptitude à formuler des messages, à contribuer à l'identité de l'entreprise et à sa reconnaissance auprès du public
- Qualités de manager, capacité à diriger et à encadrer une équipe

### **Environnement de travail**

Généralement, le métier s'exerce au siège de l'entreprise, ou dans des magasins importants situés dans les principales agglomérations.