



• 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.