

Fonction

DESIGNER GRAPHIQUE III.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DESIGNER GRAPHIQUE III.3 \(H/F\)](#)
- [DESIGNER GRAPHIQUE IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie du Groupe La Poste et des politiques de communication du Groupe et des Branches, le Designer Graphique accompagne la réalisation des supports de communication print et multimédia de l'entreprise. Il propose des concepts créatifs et assure leur déclinaison graphique dans le respect des codes de la marque, en pilotant ou en assurant directement la production des supports ad hoc. Il accompagne en outre la communication digitale de l'entreprise en apportant des conseils aux équipes dans le recours et l'usage d'outils de communication adaptés.

Selon le périmètre de responsabilité, le Designer graphique peut-être rattaché à une fonction de classe niveau III.3 ou Groupe A.

Missions

Concevoir et produire des éléments graphiques

- Concevoir et produire des éléments graphiques print (affiche, flyer, logo, évènementiel...) et/ou digitaux (animations, site web / application...) dans le respect des chartes du Groupe et des Branches
- Participer à la construction de l'identité visuelle de l'entreprise (création d'une charte graphique, identification des codes graphiques, conception de templates, etc.) et l'appliquer dans ses réalisations
- Piloter les relations avec les prestataires / partenaires externes responsables de la fabrication des éléments graphiques
- Analyser et contrôler les résultats et faire un bilan global des actions menées

Apporter soutien et conseils dans l'utilisation des outils digitaux

- Connaître les usages des outils digitaux et être force de proposition dans la réalisation de supports / outils digitaux pour les équipes communication
- Concevoir / réaliser des outils et supports de communication digitaux (applications numériques / sites simples et éphémères, blogs, ...) dans le cadre d'évènements de communication

Accompagner les équipes communication sur leurs projets créatifs

- Assister, conseiller et appuyer les équipes communication sur leurs projets et les concepts créatifs qui en découlent (réalisation de supports graphiques, apport d'outils et de méthodes...), dans le respect des chartes du Groupe et des Branches
- Comprendre les enjeux des différents partenaires, recueillir leurs besoins et y répondre, en recommandant des propositions graphiques print ou digitales, conformes à la stratégie de communication du Groupe et des Branches
- Etre le référent de l'expertise design / graphique pour les équipes internes
- Assurer une veille régulière des tendances design, graphiques et digitales, apporter des conseils et être force de proposition auprès des équipes communication

Faciliter la prise en charge des dossiers créa

- Participer à la qualification des projets entrants (évaluation expertise/temps passé)
- Contribuer à la fluidification de la charge de travail sur le territoire (entraide, transferts de compétences utiles, mutualisation des dossiers à chaque fois que cela est pertinent pour partage et capitalisation...)

Contribuer à la vie et à l'animation des équipes

- Apporter son aide aux équipes, favoriser la cohésion et l'entraide
- Contribuer au partage des bonnes pratiques et favoriser la mutualisation des actions de communication qu'il met en œuvre
- Contribuer au développement des expertises métiers au sein de l'équipe (ateliers, formations, transferts

- de compétences)
- Contribuer à la mise en place d'un dispositif d'animation des experts sur le territoire et le faire vivre

Compétences

Communication et marketing

Stratégie et plan de communication

Maîtriser et sélectionner les supports, outils et process de communication / média (numérique, papier, visuel, audio, réseaux sociaux. . .) les plus adaptés à l'action de communication souhaitée et à la cible sur son périmètre, afin de formaliser des recommandations stratégiques et construire des plans de communication / médias.

Image de marque

Valoriser, appliquer et respecter les codes et identités de(s) marque(s) du Groupe, et maîtriser l'image de(s) marque(s) sur les différents supports médias de son périmètre.

Techniques de communication

Maîtriser les techniques de communication, de rédaction, de gestion éditoriale, de design et de scénarisation de messages sur différents supports de communication, afin de transmettre de l'information et du contenu et faire vivre une expérience au client au travers des messages diffusés.

Digital et Data

Culture digitale

Connaître l'environnement et les enjeux du digital pour un usage personnel ou professionnel, par une veille régulière. Être conscient(e) de l'impact du numérique sur les méthodes de travail et les relations avec la clientèle. Faire preuve de curiosité et d'adaptabilité face aux évolutions digitales (nouveaux outils et usages).

Outils, bureautique, applicatifs et logiciels

Maitriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités, y compris les processus dématérialisés et les modes de fonctionnement afférents (workflows de validation, outils collaboratifs, etc.). Respecter ou garantir les règles de confidentialité selon son niveau de responsabilité.

Réalisation de contenus digitaux

Etre capable de concevoir des documents numériques (textes, présentations, création schémas, tableurs etc.), produire des supports audiovisuels et développer des contenus de communication digitale.

Efficacité professionnelle

Veille / innovation / tendances

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité.

Relation Client

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client / partenaire, le challenger et l'alerter à bon escient et rechercher des solutions aux besoins exprimés en prenant en compte les impacts potentiels.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

• □

Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49