

Fonction

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.C (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE POLE COMMUNICATION IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE POLE COMMUNICATION IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR OPERATIONNEL DE COMMUNICATION IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR OPERATIONNEL DE COMMUNICATION IV.B \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie du Groupe et des Branches, le Directeur de la communication définit et pilote la politique et les actions de communication du siège et des territoires.

Selon le périmètre de responsabilité, le directeur de la communication peut être rattaché à une fonction de classe niveau Groupe B ou Groupe C.

Missions

Définir la politique de communication

- Elaborer / contribuer à la stratégie de communication du Groupe/des Branches
- Concevoir et porter la stratégie de communication de son périmètre de responsabilité (Siège, Groupe et Branches)
- Recenser et analyser les besoins et les problématiques de communication de son entité
- Définir et planifier les objectifs, les axes de travail, les actions à mettre en oeuvre, les budgets et ressources associés
- Conseiller et aider à la décision le Comité Exécutif de son entité (PDG, DG, membres du comité de direction et communauté des dirigeants du siège)

Mettre en œuvre les plans d'actions de communication

- Ecouter les besoins stratégiques et opérationnels de ses partenaires pour anticiper et être en capacité permanente d'apporter assistance, conseil et soutien dans son domaine d'action
- Orchestrer les équipes internes sur les projets
- Veiller à la cohérence des projets sur le fond et sur la forme (maîtrise du sens)
- Mobiliser les moyens immédiats et, le cas échéant, durables pour répondre aux besoins de la « communication de crise », tout en préservant la continuité d'activité
- Garantir le respect des contrats de service dans ses aspects qualitatifs et quantitatifs

Piloter l'activité de communication sur son périmètre

- Piloter l'activité de communication, respecter les objectifs budgétaires de son périmètre
- Elaborer / définir avec les partenaires les critères d'évaluation des actions menées

Manager son entité, ses collaborateurs directs et assurer le management fonctionnel des équipes en responsabilité de communication

- Donner aux équipes le sens stratégique de l'entreprise et en organiser la déclinaison en matière de communication, afin de susciter l'engagement des collaborateurs dans leurs périmètres respectifs.
- Assurer un management de proximité de qualité pour l'ensemble de ses collaborateurs, notamment via l'organisation de sa direction, les délégations et la mise en place d'instances d'échanges
- Accompagner le développement des compétences des communicants de son périmètre de responsabilité hiérarchique et fonctionnel (GPEC, plans de formation, plan de développement individuel)
- Accompagner et soutenir fonctionnellement les managers en responsabilité hiérarchique de communicants
- Animer la communauté des communicants placée sous sa responsabilité
- Contribuer à la démarche d'innovation et d'amélioration continue des outils, méthodes et démarches de communication de son entité

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.

Communication de crise

Savoir anticiper et identifier les crises, gérer leur communication en interne / externe ainsi que leur sortie dans le respect des processus définis.

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).

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Projet

Management de projet

Maîtriser les concepts et les outils de la Gestion de Projet et de la conduite du changement. Mobiliser et animer acteurs et contributeurs, en favorisant les pratiques collaboratives. Garantir le respect de l'équilibre entre les engagements de coût, de délai et de satisfaction client. Analyser les risques et mettre en oeuvre les mesures correctrices.

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 1 à 9