

Fonction

DIRECTEUR OPERATIONNEL DE COMMUNICATION IV.B (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 La Poste et des politiques de communication du Groupe et des Branches, le directeur opérationnel de communication analyse, propose et pilote la communication répondant aux enjeux et aux besoins de communication de son entité. Il participe en ce sens à la transformation et au développement commercial de son entité, auprès des collaborateurs et pour la satisfaction des clients.

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

Missions

Définir et porter la politique de communication de son territoire

- Décliner la stratégie de communication de sa Branche et du Groupe en concevant la politique de communication de son entité
- Recenser et analyser les besoins et les problématiques de communication de son entité
- Définir et planifier les objectifs et les axes de travail constitutifs du plan d'action opérationnel à réaliser ainsi que les budgets associés
- Conseiller sa direction en siégeant et agissant au sein des instances décisionnelles et fonctionnelles de son entité

Mettre en oeuvre les actions de communication opérationnelle

- Ecouter les expressions de besoins de communication de ses partenaires pour être en capacité d'apporter expertise et assistance opérationnelle
- Piloter les actions décidées et validées par ses commanditaires de la Branche et du Groupe
- Piloter fonctionnellement les contributeurs et les partenaires des projets de communication
- Veiller à la cohérence des messages et des différents projets menés dans son entité et, le cas échéant, assurer l'alignement avec des projets connexes portés par d'autres entités ou Branches
- Intégrer la notion de risque juridique et d'image aux actions préconisées ou mises en oeuvre
- Mobiliser les moyens nécessaires aux besoins de communication, notamment pour la « communication de crise ».

Piloter opérationnellement l'activité de communication sur son périmètre et manager son équipe

- Elaborer un plan de charge des actions de communication de son entité (à partir du plan d'action de communication de son entité)
- Piloter opérationnellement l'activité de communication et en respecter les objectifs budgétaires
- Conseiller et accompagner en interne les managers opérationnels de son territoire dans la préparation et la réalisation des projets de communication (événements, communication commerciale,

institutionnelle et interne)

- Contribuer à la démarche d'innovation et d'amélioration continue des pratiques et des outils
- Elaborer / définir avec les partenaires les critères et indicateurs d'évaluation des actions menées

Manager son équipe

- Garantir un management de proximité de qualité
- Animer et piloter les instances sur son périmètre
- Contribuer à la démarche d'innovation et d'amélioration continue des outils, méthodes et démarches de communication sur son périmètre
- Apporter son aide aux équipes, favoriser la cohésion et l'entraide

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 commerciale

Valoriser les offres (services / produits) du Groupe selon les différents canaux de communication, soutenir le business de l'entreprise et animer une campagne commerciale.

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.

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.

Comportementales Socles

Orientation client

Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

Culture du changement et de l'innovation

Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Coopération et ouverture

Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Orientation résultats

Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

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).

Projet

Management de projet

Maitriser 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

- □ Services-Courrier-Colis
- □ Bgpn reseau
- □ Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49