

Fonction

RESPONSABLE ANIMATION ET PROFESSIONNALISATION DE COMMUNICANTS IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [MANAGER DE POLE SPECIALISE ET REFERENT \(BRANCHES / GROUPE\) IV.A \(H/F\)](#)
- [COMMUNITY MANAGER IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT ETUDES STRATEGIQUES MARQUE ET MEDIAS IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT ETUDES STRATEGIQUES MARQUE ET MEDIAS IV.B \(H/F\)](#)
- [MANAGER POLE SPECIALISE ET REFERENT \(BRANCHES/GROUPE\) IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION ET PROFESSIONNALISATION DE COMMUNICANTS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION EXPERT. IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION EXPERT. IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION OPERATIONNELLE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION OPERATIONNELLE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CONTENU PRINT ET DIGITAL III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CONTENU PRINT ET DIGITAL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE RELATIONS MEDIASL III.3 \(H/F\) V](#)
- [RESPONSABLE RELATIONS MEDIAS IV.A \(H/F\) V](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie du Groupe La Poste et des politiques de communication du Groupe et des Branches, le responsable animation et professionnalisation de communicants anime fonctionnellement un réseau de communicants, favorise la cohésion d'équipe, le partage des savoirs et assure une montée en compétences homogène des collaborateurs, en s'appuyant sur les programmes de formation spécifiques à la filière communication.

Missions

Piloter l'animation fonctionnelle de la communauté de communicants

- Fédérer la communauté et l'animer de manière transverse (notamment par l'organisation de groupes de travail thématiques, l'usage d'outils collaboratifs et l'écoute personnalisée des acteurs de terrain...)
- Assurer les interfaces nécessaires à la communauté avec les autres entités de la Branche ou du Groupe
- Favoriser les coopérations, les synergies interterritoriales et interbranches
- Assurer l'analyse qualitative des actions d'envergure nationale portées en territoire
- Déetecter les besoins de développement (formations, coaching, appuis opérationnels)

Définir et diffuser les méthodes et éléments essentiels à l'alignement de l'activité au sein de la communauté de communicants

- Promouvoir et contribuer à la mise en oeuvre des politiques de communication Branches et Groupe
- Définir, déployer et optimiser régulièrement les éléments essentiels à l'activité (programmation des actions, méthodologies, veille, outils, alerte, bonnes pratiques, entraide, mutualisation...)
- Être en veille et promouvoir les techniques de communication créatives et innovantes

Créer les conditions de la professionnalisation de la communauté de communicants et favoriser la montée en compétences

- Veiller à la montée en compétences des communicants
- Déetecter et être force de proposition sur les besoins de formation et d'accompagnement
- Proposer un plan de formation auprès de sa direction d'appartenance (en vue de sensibiliser les managers hiérarchiques des membres de la communauté) et piloter un processus de formation dans le cadre du programme défini par le Groupe et les Branches

Être en appui des membres de la communauté professionnelle des communicants en territoire

- Apporter conseil, soutien et expertise aux membres de la communauté
- Etre en alerte, capter les signaux faibles, réassurer et mettre en oeuvre d'éventuelles actions correctrices

- Favoriser la cohésion d'équipe et l'entraide
- Mobiliser et convaincre les équipes autour de projets complexes et transversaux

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.

Communication interne

Accompagner les transformations du Groupe en élaborant des outils et éléments de langage afin de mobiliser et susciter l'adhésion de l'ensemble des collaborateurs.

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.

Relations Presse

Savoir développer des relations avec les médias, afin de mieux cibler et déterminer les actions de communication les plus pertinentes et efficaces à mettre en place.

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).

Travail et outils collaboratifs

Adopter des pratiques collaboratives dans le travail au quotidien, notamment en travaillant principalement sur les plates-formes collaboratives. Participer à des projets en mode collaboratif, en travaillant sur les outils en ligne qui facilitent la transversalité. Echanger et partager les bonnes pratiques ou retours d'expérience. Maîtriser les règles de confidentialité.

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.

Animation fonctionnelle

Animer des groupes de travail et/ou un réseau. Faciliter la communication au sein de l'équipe en faisant circuler les informations relatives à l'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

- □
Bgn reseau
- □
Groupe - siege
- □
Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9