

Fonction

RESPONSABLE COMMUNICATION EXPERT. IV.B (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 PROFESSIONALISATION 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 \(H/F\)](#) ✓
- [RESPONSABLE RELATIONS MEDIAS 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 responsable de communication expert met ses expertises au service des projets de communication qu'il pilote ou auxquels il contribue au sein d'une direction nationale de communication.

Missions

Apporter conseil et appui dans les projets de communication portés par sa direction nationale en tant que référent dans son domaine d'expertise

- Analyser le contexte et les enjeux des projets qu'il pilote ou auxquels il contribue pour formaliser un diagnostic et proposer des recommandations adaptées en lien avec son expertise
- Contribuer à la définition de la stratégie et des plans de communication mis en place par sa direction
- Conseiller et aider à la décision dans les instances de direction de son entité

Piloter la mise en oeuvre de projets ou de lots de projets relevant de son domaine d'expertise

- Piloter les projets ou lots de projets relevant de son expertise en veillant au respect des budgets, des délais, de la qualité et des risques, superviser leur conception et leur réalisation
- Mobiliser et coordonner les contributeurs internes/externes des projets qu'il pilote

Assurer une veille des tendances dans son domaine d'expertise et proposer des innovations pour développer la performance des projets portés par sa direction

- Suivre les évolutions du marché et de la concurrence dans son domaine d'expertise, repérer les dernières tendances pouvant avoir un intérêt pour l'entreprise
- Proposer des solutions créatives et innovantes : concepts, supports, outils de communication
- Identifier les signaux faibles et alerter les parties prenantes

Partager son expertise avec les décideurs et les équipes dans le cadre des missions qui lui sont confiées

- Participer aux instances du Groupe ou des Branches en tant qu'expert et relayer les informations clés de son domaine d'expertise
- Assurer la promotion et diffusion des résultats des travaux liés à son expertise

Manager son équipe

- Garantir un management de proximité de qualité des collaborateurs placés sous sa responsabilité (le cas échéant)
- Favoriser la cohésion d'équipe et l'entraide
- Participer aux instances de pilotage de son périmètre d'activité

- Contribuer à la démarche d'innovation et d'amélioration continue des outils, méthodes et démarches de communication sur son expertise.

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.

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

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Synthèse

Savoir trier, analyser et isoler les informations essentielles des informations accessoires. Consolider des informations pour réaliser une synthèse.

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.

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

- □
Services-Courrier-Colis
- Bgpn numerique
- □
Groupe - siege
- □
Bgpn reseau
- □
Banque postale

Effectif de la fonction

De 10 à 49