

Fonction

RESPONSABLE COMMUNICATION OPERATIONNELLE III.3 (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 \(H/F\) 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 communication opérationnelle analyse, propose et pilote la communication répondant aux enjeux et aux besoins de communication des entités de son portefeuille. Il participe en ce sens à la transformation et au développement commercial des entités de son portefeuille, auprès des collaborateurs et pour la satisfaction des clients.

Selon le périmètre de responsabilité, le responsable communication opérationnelle peut être rattaché à une fonction de classe niveau III.3 ou Groupe A.

Missions

Définir et porter la communication de son territoire

- Décliner la stratégie de communication de sa Branche et du Groupe en concevant le/les plan(s) de communication de son entité ou relevant de son périmètre
- 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'actions opérationnel à réaliser ainsi que les budgets associés
- Conseiller les managers/décideurs, en siégeant et agissant au sein des instances décisionnelles et fonctionnelles de son entité

Mettre en oeuvre les actions de communication opérationnelle

- Assurer le déploiement des actions de communication nationale sur sa zone de responsabilité
- Ecouter les expressions de besoins de communication de ses partenaires pour être en capacité d'apporter expertise et assistance opérationnelle
- Piloter les opérations de communication et veiller à la cohérence des messages sur sa zone de responsabilité
- Intégrer la notion de risque juridique et d'image aux actions préconisées ou mises en oeuvre
- Anticiper les sujets sensibles et assurer la communication de crise sur sa zone de responsabilité

Piloter opérationnellement l'activité de communication sur son périmètre

- Elaborer un plan de charge des actions de communication de son périmètre sur les bases du plan d'actions de communication
- Piloter opérationnellement l'activité de communication dans le respect des engagements 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, communication institutionnelle et communication 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

Compétences

Communication et marketing

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.

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.

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).

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

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.

Pilotage et gestion de l'activité

Pilotage et reporting

Piloter son activité. Suivre ses indicateurs de performance. Savoir consolider les informations dans des tableaux de bord. Savoir rendre compte et alerter le cas échéant.

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.

Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
Services-Courrier-Colis
- Bgpn numerique
- □
Banque postale

Effectif de la fonction

De 10 à 49