

Département Communication Entreprises et institutions**Chargé(e) de communication**

Le/la chargé(e) de communication a pour missions de créer et d'appliquer les différents axes de la stratégie de communication de l'entreprise. Il/elle diffuse ainsi un discours clair et une image positive auprès des différentes cibles auxquelles l'entreprise s'adresse (prospects, clients, salariés, grand public, presse...).

Chargé(e) des relations presse

Souvent relié(e) au directeur de la communication ou au responsable des relations extérieures, il/elle est l'interlocuteur des journalistes. Il/elle répond à leur demande et les sollicite pour promouvoir une marque, un service, un savoir-faire ou l'institution elle-même. Il/elle rédige les communiqués et les dossiers de presse, organise les conférences et les contacts. Il/elle réalise également le suivi et la synthèse des articles parus dans la presse (revue de presse).

Chef(fe) de projet événementiel

Le/la chef(fe) de projet événementiel imagine et organise tout ou une partie d'événements, afin de servir les besoins en communication de son entreprise et/ou de ses clients. De la définition du cahier des charges au choix des prestataires en passant par l'aspect créatif et le suivi de la logistique, son rôle polyvalent assure la réussite de chaque événement (conférences, séminaires, événements sportifs et culturels, soirées festives...).

Community manager

Le/la community manager (animateur de communautés web) a pour mission de fédérer les internautes via les plates-formes Internet autour de pôles d'intérêts communs (marque, produits, valeurs...), d'animer et de faire respecter les règles éthiques des communautés. Il/elle définit des contenus pour chaque cible (images, vidéos, articles, jeux concours...), planifie la production, publie et anime les réseaux sociaux et évalue l'efficacité des actions. Il/elle contribue ainsi à développer la présence de la marque sur Internet.

Consultant(e), Chef(fe) de projet en agence

Il/elle travaille en agence ou dans un cabinet conseil. Il/elle formalise les besoins de l'entreprise en matière de communication, propose une stratégie de communication et un plan d'actions "clé en main". Il/elle assure le bon déroulement des opérations et leur suivi. Selon la taille de l'agence, son degré de spécialisation et l'importance du contrat, l'agence gère elle-même tout ou partie de l'opérationnel. Une agence intervient pour une entreprise qui n'a pas de département communication ou en complément d'un service existant. En agence, on travaille simultanément sur plusieurs dossiers clients (budgets).

Directeur(trice) de la communication

Généralement rattachée à la direction générale de l'entreprise, c'est une fonction stratégique. Il/elle définit la politique globale de communication, supervise sa réalisation, assure la cohérence des messages entre l'interne et l'externe. Il/elle a la responsabilité du budget de communication. Selon la taille de l'entreprise, il/elle anime une équipe constituée de collaborateurs/trices plus ou moins spécialisés (communication interne, relations presse...). Pour l'encadrement de l'entreprise, il/elle est la référence en matière de communication.

Responsable de la communication externe, des relations publiques, des relations presse

Il/elle participe à l'élaboration du plan de communication, met en place et fait vivre les outils destinés aux publics externes. Il/elle assure l'organisation des actions : stratégie digitale, publications de documents (rapport annuel, plaquette institutionnelle...), conférences de presse, colloques, mécénat, sponsoring...

Responsable communication interne

Il/elle suscite l'adhésion et la mobilisation des salariés autour de la stratégie de l'entreprise, son identité, ses projets. Il/elle favorise l'information ascendante, descendante et transversale. Il/elle veille en particulier à la cohérence des actions entre interne et externe : les salariés doivent être informés et sensibilisés en priorité par rapport aux publics externes. Pour informer les salariés, il/elle utilise et anime différents supports : réunion, séminaire, journal d'entreprise, livret d'accueil, intranet, vidéo...

Social media manager

Le/la social media manager (responsable des medias ou réseaux sociaux) a pour mission de développer une stratégie de présence numérique de l'entreprise sur les différents médias sociaux pour les clients et prospects. Il/elle accompagne sa mise en œuvre afin d'assurer une bonne visibilité, générer du trafic et surveiller l'e-réputation de l'entreprise.

En savoir plus sur les métiers : <https://www.cidj.com/orientation-metiers>
<https://www.apec.fr/tous-nos-metiers.html>

04/04/2022