

Appellation en anglais

Communication Manager

Formation à suivre

Bac+5

► DESCRIPTIF DU MÉTIER

Pour mettre en valeur ou affirmer l'identité de son entreprise face à la concurrence, le Responsable de communication doit jouer efficacement plusieurs rôles.

Le Responsable de communication assure les différentes formes de communications dans l'entreprise. Ses missions sont multiples et variées, c'est pourquoi on le retrouve aujourd'hui dans les structures privées comme les PME/PMI, les TPE et les start-up. Le métier peut également s'exercer au sein des grands groupes où il s'occupe des problématiques B to C (Business to Consumer), pour s'adresser à un public de particuliers ou B to B (Business to Business), pour viser un public d'entreprises. Il a aussi la possibilité d'intervenir dans des structures publiques telles que les associations ou les institutions.

💡 COMPÉTENCES TECHNIQUES

- Être capable de gérer un budget et des ressources.
- Maîtriser les logiciels d'édition PAO ainsi que les outils de communication (bureautique, édition, internet...), y compris les différents leviers médias, hors médias et institutionnels.
- Connaître les produits et les techniques de production de l'entreprise.
- Maîtriser les techniques de communication écrite et orale.
- Analyser et synthétiser de nombreuses informations.
- Assurer une veille institutionnelle et "terrain".
- Compétences en gestion de projet.
- Compétences en communication.



👤 QUALITÉS PERSONNELLES

Sens de l'écoute et curiosité

Sens de l'organisation

Être prêt à apprendre

Capacité d'adaptation

Rigueur

Esprit de créativité et de motivation

Leadership

Recueillir et diffuser les informations pertinentes

✂️ PRINCIPALES MISSIONS DU MÉTIER

- Développer une stratégie de prix qui maximise les profits, mais tient compte de la satisfaction du client ;
- Identifier de nouveaux clients ;
- Soutenir les efforts de vente et de génération de prospects ;
- Création de promotions avec les responsables de la publicité ;
- Développer et gérer des campagnes publicitaires ;
- Organisation de conférences d'entreprise, de salons professionnels et d'événements majeurs ;
- Développer chaque campagne marketing du début à la fin ;
- Gestion des médias sociaux, des efforts de relations publiques et du marketing de contenu.