



Directeur(trice) communication

TOUS SECTEURS

FONCTION
SUPPORT

En quelques mots

Le Directeur(trice) communication occupe une fonction essentielle au sein de l'entreprise, en contact étroit avec la Direction. Il conduit son service en véritable chef d'orchestre et, à partir d'un budget préétabli, il définit et met en œuvre la stratégie de communication en interne comme en externe en cohésion avec la stratégie globale de l'entreprise. A la tête d'une équipe qu'il coordonne et anime, il est le garant de l'image de la société, de son identité et des valeurs qu'elle véhicule.

Autres appellations

Responsable communication



Environnement de travail

Le Directeur(trice) communication doit avant tout faire preuve d'un excellent relationnel : écoute, ouverture d'esprit, charisme et diplomatie sont ses atouts principaux afin de dialoguer avec les différents acteurs internes et externes. Organisé et rigoureux, le directeur communication est doté d'un esprit créatif et entrepreneurial afin de susciter l'innovation dans la valorisation de l'entreprise. La mobilité étant un des aspects essentiels de son métier, le directeur(trice) communication doit apprécier les déplacements fréquents en France ou à l'international.



Comment accéder à ce métier ?

La fonction de Directeur(trice) communication requiert obligatoirement une formation supérieure (Bac+5), assortie d'une expérience d'au moins 10 ans dans la communication. Les diplômes les plus appréciés sont ceux issus d'écoles supérieures, de commerce, ou universitaires à condition d'avoir une option communication.

Perspectives professionnelles

Le Directeur(trice) communication peut évoluer vers une autre fonction de la Direction comme la Direction marketing ou la Direction des Ressources Humaines par exemple.



Ils parlent de leur métier

“ Chaque année, il faut trouver de nouvelles idées pour mettre l'entreprise en avant. Les campagnes sont différentes que l'on s'adresse au grand public ou aux professionnels. Depuis quelques temps, il a également fallu mettre l'accent sur le développement durable, incontournable dans le métier. J'ai donc dû me renseigner sur les nouvelles normes, les innovations technologiques. Je dois parler avec tous types d'interlocuteurs, de l'ingénieur au commercial, afin d'acquérir une vision plus globale de l'entreprise. Je réalise les campagnes relatives aux produits et on sous-traite également certaines campagnes spécifiques (sur l'image de marque par exemple). Ce n'est pas tous les jours évident de faire le lien entre toutes ces personnes. Je m'assure de l'impact effectif des différentes campagnes sur les différentes cibles, en vue de réorienter les prochaines actions si nécessaire. ”



Directeur(trice) communication

Connaissances

- Connaître les principes de base du droit de l'information et de la communication (réglementation CNIL, droit à l'image...)
- Posséder une culture économique, financière et générale
- Connaître les règles pratiques du droit social (contrats de travail, discipline, gestion des heures de délégation...)
- Disposer d'excellentes connaissances du management des prestataires de la communication (agences de communication, médias, sociétés d'imprimerie...)
- Connaître la culture, les modes d'organisation et de fonctionnement de ses clients
- Connaître une seconde langue étrangère
- Connaître les différents aspects de la communication (corporate, externe, interne, RP...) et de leurs impératifs
- Posséder une très bonne culture web (publicité on-line, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produit...)

Compétences techniques

- Coordonner et échanger avec les autres directeurs de la communication (dans le cas d'un groupe) pour assurer la cohérence des messages à diffuser
- Recueillir les informations stratégiques en lien avec le développement de l'entreprise auprès de la direction générale (gouvernance, projet d'entreprise, projet managérial...)
- Planifier et élaborer le budget annuel de la direction de la communication
- Conseiller la direction générale sur l'évolution de l'identité et du positionnement de marque en interne et en externe
- Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message et définir le plan de communication annuel
- Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'entreprise (segmentation des cibles des messages, choix des canaux d'information et de l'éditorial...)
- Identifier et valoriser le travail réalisé au sein des directions fonctionnelles de l'entreprise (commerciales, marketing, ressources humaines, informatique...)
- Conseiller et accompagner la direction générale dans le cadre de sa réflexion stratégique et d'actions ponctuelles (communication de crise...).
- Elaborer la stratégie événementielle et de relations publiques
- Favoriser l'émergence des propositions d'amélioration de la part des membres de l'équipe
- Assurer la cohésion de son équipe et son adhésion aux objectifs de sa direction ainsi qu'à la stratégie de l'entreprise
- Développer les compétences de son équipe, notamment au travers des entretiens professionnels et de progrès
- Assurer la formation et le développement des compétences de son équipe en fonction des objectifs individuels et collectifs
- Maîtriser et faire appliquer consignes et procédures liés aux postes de travail (qualité, sécurité, environnement...)
- Contribuer à la communication et à l'entretien du système de valeurs de l'entreprise
- Expliquer, argumenter, négocier professionnellement en Anglais
- Etre le porte parole de l'entreprise vis-à-vis des acteurs institutionnels, des entreprises etc.
- Accompagner le dirigeant ou représenter l'entreprise en cas de déplacement à l'extérieur
- Piloter les agences de communication généralistes ou spécialisées dans le cadre de grands événements



Directeur(trice) communication

- Gérer les relations entre la presse et l'entreprise et développer un réseau de contacts de journalistes pour favoriser les retombées presse et renforcer la visibilité de l'entreprise
- Optimiser ou actualiser les process existants afin d'améliorer le fonctionnement quotidien du service de communication
- Valider les déclinaisons du plan de communication dans chacune de ses spécialités : communication interne, externe (relations publiques, presses...), corporate, web etc.
- Veiller à la cohérence de l'image de l'entreprise sur l'ensemble des déclinaisons de la communication, des supports print et web ou des événements
- Rechercher des moyens, réseaux, ou actions permettant d'assurer la visibilité de l'entreprise auprès de son environnement
- Développer des outils de communication innovants pour assurer la visibilité de la marque sur de nouveaux canaux de communication (wiki, mobile, sites Intranet, sites Internet...).
- Suivre les écarts par rapport au budget prévisionnel fixé en début d'année et effectuer un reporting à la direction générale
- Superviser la création et la production de supports destinés aux différents publics de l'entreprise, internes et externes (brochures, kits, affiches...)
- Superviser l'avancement des projets en cours
- Evaluer le retour sur investissement des actions de communication en termes de notoriété pour l'entreprise et effectuer les arbitrages nécessaires (investissement sur des moyens innovants, conservation d'outils plus traditionnels...)

Compétences comportementales

- Etre attentif à anticiper les évolutions économiques et sociales, au plan national et local
- Faire adhérer les différents sites à un même projet
- Animer des équipes - projet inter sites ou avec différents partenaires externes
- Etre force d'aide à la décision ou à l'arbitrage pour son équipe
- Favoriser, au sein de l'équipe, un climat relationnel propice à l'atteinte des objectifs
- Adopter une attitude ferme et professionnelle dans la communication avec son interlocuteur
- Représenter l'entreprise à l'extérieur auprès de l'environnement
- Etre en capacité de nouer des relations et des partenariats de haut niveau autant en interne, qu'en externe à l'entreprise (acteurs institutionnels, dirigeants d'entreprises etc.)
- Etre une force d'entraînement et de conviction vis-à-vis de l'ensemble des interlocuteurs de l'entreprise
- Adopter une posture de leader auprès des équipes de son entreprise