

Fonction

DESIGNER GRAPHIQUE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DESIGNER GRAPHIQUE III.3 \(H/F\)](#)
- [DESIGNER GRAPHIQUE 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 Designer Graphique accompagne la réalisation des supports de communication print et multimédia de l'entreprise. Il propose des concepts créatifs et assure leur déclinaison graphique dans le respect des codes de la marque, en pilotant ou en assurant directement la production des supports ad hoc. Il accompagne en outre la communication digitale de l'entreprise en apportant des conseils aux équipes dans le recours et l'usage d'outils de communication adaptés.

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

Missions

Concevoir et produire des éléments graphiques

- Concevoir et produire des éléments graphiques print (affiche, flyer, logo, évènementiel...) et/ou digitaux (animations, site web / application...) dans le respect des chartes du Groupe et des Branches
- Participer à la construction de l'identité visuelle de l'entreprise (création d'une charte graphique, identification des codes graphiques, conception de templates, etc.) et l'appliquer dans ses réalisations
- Piloter les relations avec les prestataires / partenaires externes responsables de la fabrication des éléments graphiques
- Analyser et contrôler les résultats et faire un bilan global des actions menées

Apporter soutien et conseils dans l'utilisation des outils digitaux

- Connaître les usages des outils digitaux et être force de proposition dans la réalisation de supports / outils digitaux pour les équipes communication
- Concevoir / réaliser des outils et supports de communication digitaux (applications numériques / sites simples et éphémères, blogs, ...) dans le cadre d'événements de communication

Accompagner les équipes communication sur leurs projets créatifs

- Assister, conseiller et appuyer les équipes communication sur leurs projets et les concepts créatifs qui en découlent (réalisation de supports graphiques, apport d'outils et de méthodes...), dans le respect des chartes du Groupe et des Branches
- Comprendre les enjeux des différents partenaires, recueillir leurs besoins et y répondre, en recommandant des propositions graphiques print ou digitales, conformes à la stratégie de communication du Groupe et des Branches
- Être le référent de l'expertise design / graphique pour les équipes internes
- Assurer une veille régulière des tendances design, graphiques et digitales, apporter des conseils et être force de proposition auprès des équipes communication

Faciliter la prise en charge des dossiers créa

- Participer à la qualification des projets entrants (évaluation expertise/temps passé)
- Contribuer à la fluidification de la charge de travail sur le territoire (entraide, transferts de compétences utiles, mutualisation des dossiers à chaque fois que cela est pertinent pour partage et capitalisation...)

Compétences

Communication et marketing

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.

COMPORTEMENTALES

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.

Hauteur de vue et prise de recul

Savoir considérer une situation de façon détachée, en appréhendant ses enjeux et objectifs de manière à cerner la situation dans sa globalité et la projeter dans l'avenir. Mettre en place des modes de fonctionnement propices à l'autoréflexion et la prise de conscience afin d'envisager de nouvelles manières d'aborder un sujet ou de réorienter ses réflexions.

Autonomie

Savoir s'organiser dans son travail individuel et au sein d'un collectif, agir en toute responsabilité et faire preuve d'initiative sur son périmètre d'activités et sur les outils collaboratifs. Réagir rapidement à des situations en cherchant des solutions et savoir remonter les alertes si besoin. Assumer ses décisions et ses actions tout en tenant compte de son environnement.

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.

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.

Culture RSE

Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

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).

Outils, bureautique, applicatifs et logiciels

Maîtriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités, y compris les processus dématérialisés et les modes de fonctionnement afférents (workflows de validation, outils collaboratifs, etc.). Respecter ou garantir les règles de confidentialité selon son niveau de responsabilité.

Réalisation de contenus digitaux

Etre capable de concevoir des documents numériques (textes, présentations, création schémas, tableurs etc.), produire des supports audiovisuels et développer des contenus de communication digitale.

Efficacité professionnelle

Réaliser une veille sur les réglementations et/ou innovations

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions réglementaires, 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. Analyser les impacts et communiquer auprès des acteurs concernés.

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 (interne ou externe) / 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

- Bgpn numerique
- □
Bgpn reseau
- □
Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49