Fonction
DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.C (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.B (H/F)
- DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION IV.C (H/F)
- DIRECTEUR DE POLE COMMUNICATION IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE POLE COMMUNICATION IV.B (H/F)
- DIRECTEUR OPERATIONNEL DE COMMUNICATION IV.A (H/F)
- DIRECTEUR OPERATIONNEL DE COMMUNICATION IV.B (H/F)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie du Groupe et des Branches, le Directeur de la communication définit et pilote la politique et les actions de communication du siège et des territoires.

Selon le périmètre de responsabilité, le directeur de la communication peut être rattaché à une fonction de classe niveau Groupe B ou Groupe C.

Missions

Définir la politique de communication

- Elaborer / contribuer à la stratégie de communication du Groupe/des Branches
- Concevoir et porter la stratégie de communication de son périmètre de responsabilité (Siège, Groupe et Branches)
- Recenser et analyser les besoins et les problématiques de communication de son entité
- Définir et planifier les objectifs, les axes de travail, les actions à mettre en oeuvre, les budgets et ressources associés
- Conseiller et aider à la décision le Comité Exécutif de son entité (PDG, DG, membres du comité de direction et communauté des dirigeants du siège)

Mettre en œuvre les plans d'actions de communication

- Ecouter les besoins stratégiques et opérationnels de ses partenaires pour anticiper et être en capacité permanente d’apporter assistance, conseil et soutien dans son domaine d’action
- Orchestrer les équipes internes sur les projets
- Veiller à la cohérence des projets sur le fond et sur la forme (maîtrise du sens)
- Mobiliser les moyens immédiats et, le cas échéant, durables pour répondre aux besoins de la « communication de crise », tout en préservant la continuité d’activité
- Garantir le respect des contrats de service dans ses aspects qualitatifs et quantitatifs

Piloter l'activité de communication sur son périmètre

- Piloter l’activité de communication, respecter les objectifs budgétaires de son périmètre
- Elaborer / définir avec les partenaires les critères d’évaluation des actions menées

Manager son entité, ses collaborateurs directs et assurer le management fonctionnel des équipes en responsabilité de communication

- Donner aux équipes le sens stratégique de l’entreprise et en organiser la déclinaison en matière de communication, afin de susciter l’engagement des collaborateurs dans leurs périmètres respectifs.
- Assurer un management de proximité de qualité pour l’ensemble de ses collaborateurs, notamment via l’organisation de sa direction, les délégations et la mise en place d’instances d’échanges
- Accompagner le développement des compétences des communicants de son périmètre de responsabilité hiérarchique et fonctionnel (GPEC, plans de formation, plan de développement individuel)
- Accompagner et soutenir fonctionnellement les managers en responsabilité hiérarchique de communicants
- Animer la communauté des communicants placée sous sa responsabilité
- Contribuer à la démarche d’innovation et d’amélioration continue des outils, méthodes et démarches de communication de son entité

Compétences

Communication et marketing

Stratégie et plan de communication

Maîtriser et sélectionner les supports, outils et process de communication / média (numérique, papier, visuel, audio, réseaux sociaux. . .) les plus adaptés à l'action de communication souhaitée et à la cible sur son périmètre, afin de formaliser des recommandations stratégiques et construire des plans de communication / médias.

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.

COMPORTEMENTALES

Orientation stratégique

Comprendre les enjeux de son environnement et les impacts opérationnels au long terme de la stratégie de l'entreprise dans son quotidien. Savoir l'expliquer, lui donner du sens et l'intégrer dans son activité pour accroitre la performance globale de l'entreprise. Etre capable de définir des priorités à court et moyen terme, de les mettre en perspective et de les hiérarchiser en intégrant les éléments stratégiques de l'entreprise.

Engagement

Se sentir porteur(se) de l'image du Groupe et adopter une attitude active et positive envers l'entreprise dans la réalisation des missions confiées. Afficher la volonté d'atteindre des objectifs individuels et collectifs à travers une posture constructive.

Conviction et influence

Savoir structurer son argumentation et adapter sa posture à son interlocuteur afin qu'il comprenne et s'approprie les idées en utilisant toutes les techniques de communication (orale, écrites, non verbales, numériques). Savoir mettre en mouvement ses interlocuteurs internes et externes (collaborateurs, collègues, clients) en faisant évoluer son discours et sa posture en fonction de ses objectifs et des retours de son interlocuteur.

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).

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

MANAGEMENT

Coopérer

Favoriser la collaboration et l'entraide au sein de l'équipe et entre équipes en travaillant avec l'ensemble des partenaires présents dans son écosystème. Exemples : présentation des contraintes de chaque service sur un projet commun - organiser des vis-ma-vie entre services, etc Donner et poursuivre des objectifs communs et présenter les liens entre services pour fédérer les collaborateurs et les sensibiliser sur l'importance de travailler ensemble. Guider les pratiques de son équipe pour offrir un espace de travail dans lequel le collectif est favorisé et valorisé. Exemples d'illustration (non exhaustifs) : entraide entre pairs, ateliers d'amélioration continue, résolution collective de problèmes, affichage de l'avancement des tâches ou projets, etc.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au coeur des activités de l'équipe. Comprendre et anticiper les besoins des clients internes ou externes pour apporter des réponses personnalisées intégrant les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux. Accompagner les collaboratrices et collaborateurs dans l'écoute et la compréhension des demandes clients (ex. : savoir questionner, pratiquer l'écoute active). Favoriser l'identification des axes d'amélioration de la relation de service à mettre en place. Mesurer et évaluer les impacts des actions sur les clients afin de prendre les décisions les mieux adaptées.

Donner du sens

S'approprier et partager la stratégie, les enjeux de performance globale et l'ambition du Groupe en sa qualité d'entreprise à mission, rentable et responsable. Décliner la stratégie du Groupe au niveau des

missions et projets de l'équipe en intégrant notamment les enjeux sociaux, sociétaux, et environnementaux et de gouvernance. Définir le périmètre d'actions des collaboratrices et collaborateurs dans le Groupe et présenter l'impact de leurs activités sur les résultats collectifs, de l'entité et du Groupe. Utiliser les leviers de motivation (exemples : développement des compétences, appartenance, autonomie, reconnaissance, motivation financière, etc.) de chacun pour engager les équipes dans l'atteinte des objectifs.

Responsabiliser

Définir de façon claire et personnalisée les missions et les objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART) de chaque collaborateur. Rendre autonomes et responsables ses collaborateurs : - en les accompagnant dans la priorisation de leurs tâches, - en encourageant les prises de décision et initiatives, - en valorisant le droit à l'essai, - en déléguant dans un cadre clair et partagé. Partager le pilotage de l'activité et le suivi des réalisations de chacun et de l'équipe pour rendre les collaborateurs responsables. Mettre en oeuvre tous les moyens pour atteindre voire dépasser les objectifs individuels et collectifs.

Accompagner le développement professionnel

Identifier avec chaque membre de l'équipe, ses forces, ses axes de progrès et ses leviers de motivation, au regard à la fois du projet de la personne et des enjeux stratégiques de l'entreprise (performance économique, RSE, numérique....) Etre à l'écoute des collaboratrices, collaborateurs en réalisant des points réguliers pour recueillir les besoins et attentes, en veillant à leur bien-être au travail. Enrichir l'expérience collaborateur en co-construisant avec chacun un parcours de développement personnalisé à court et moyen terme pour favoriser l'acquisition de nouvelles compétences, renforcer son expertise et développer ainsi l'employabilité. Proposer à ses collaboratrices, collaborateurs une évolution professionnelle la plus adaptée à ses motivations, souhaits et expertises. Mettre en place les conditions favorables à l'engagement de ses collaboratrices, collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux proposés par l'entreprise (ex : Déclic)

Reconnaitre

Valoriser la performance, l'autonomie et l'engagement en faisant des feedbacks constructifs fréquents sur les réussites et les éléments de progrès du collaborateur. Faire le point sur les feedbacks réalisés lors des entretiens d'appréciation et entretiens intermédiaires et partager les actions de développement. Formuler ces retours sur la base de faits réels afin de soutenir et d'encourager la progression des des collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

Promouvoir l'innovation

Favoriser la veille des collaboratrices, collaborateurs et identifier les pratiques exemplaires Encourager les prises d'initiative des collaboratrices, collaborateurs suite à leurs observations et prise de recul, tout en acceptant le droit à l'essai. Favoriser la mise en place d'un temps et d'un espace dédiés pour : - Développer la créativité individuelle et collective, - Proposer des idées innovantes dans un objectif d'amélioration continue Considérer l'innovation sous l'angle de l'impact non seulement financier mais aussi social, sociétal et environnemental Exemples d'illustrations non exhaustives : mettre en place un tableau blanc ou une boite à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuiding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

Projet

Management de projet

Maitriser les concepts et les outils de la Gestion de Projet et de la conduite du changement. Mobiliser et animer acteurs et contributeurs, en favorisant les pratiques collaboratives. Garantir le respect de l'équilibre entre les engagements de coût, de délai et de satisfaction client. Analyser les risques et mettre en oeuvre les mesures correctrices.

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

- Groupe - siege
- Services-Courrier-Colis
- Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9