

Fonction

RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MERCHANDISING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING RELATIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MISE EN MARCHE ET DEVELOPPEMENT IV.A \(H/F\)](#)
- [UX DESIGNER IV.A \(H/F\)](#)
- [COACH AGILE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING EXPERIENCE CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

La/le responsable communication marketing définit et met en œuvre les stratégies de communication marketing, en déclinaison des objectifs de son entité.

Elle/il est responsable d'animer la politique de communication marketing. Elle/il produit des contenus destinés à un ensemble de cibles diverses (force de ventes interne, clients, partenaires, leader d'opinions, syndicats).

Elle/il suit les évolutions du marché, elle/il connaît les attentes du client et est garant de la cohérence des actions mises en œuvre dans son domaine de compétences.

Missions

Impulser/donner la direction/diriger

Contribuer à la conception d'une stratégie de communication marketing

- Elle/il déploie des stratégies marketing et communication multicanales. Elle/il prépare la mise en marché et le lancement de nouvelles offres en amont pour les commerciaux et s'assure de leur notoriété auprès des clients.
- Elle/il met en place ou collabore à des campagnes de communication (internet, presse, publicité, approche directe, salons, etc.) pour atteindre les objectifs de son entité. Elle/il en définit également les budgets associés (estimations de coûts, délimitation du périmètre, etc.).
- Elle/il maîtrise le marketing digital et l'ensemble des techniques utilisées afférentes, ce qui lui permet de décliner la stratégie e-marketing (marché, produit, positionnement, distribution).

Définir les contenus des actions de communication marketing

- Elle/il propose des contenus ciblés, adéquats et percutants au service des offres qu'elle/il porte (web, e-mailing, livres blancs, plaquettes, concours, publicités sur les réseaux sociaux...). Pour ce faire, elle/il maîtrise les outils de son domaine et est doté(e) de fortes compétences rédactionnelles.
- Elle/il veille au positionnement de son entité et de ses offres, et réalise un storytelling cohérent entre les supports pour obtenir une visibilité optimale (earned media, inbound marketing, etc.).
- Elle/il se tient informé(e) des tendances, des évolutions du marché et des avancées technologiques afin d'anticiper les besoins des clients et d'améliorer en permanence les méthodes, outils et supports de son périmètre d'activité.

Centrer ses actions sur l'atteinte des résultats

- Elle/il assure le suivi des opérations à l'aide d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs (suivi des budgets, suivi des KPIs, tableaux de bords, cahier des charges, bilans des actions, reporting, etc.).
- Elle/il s'assure que les objectifs associés à l'offre sont respectés et pilote le volet opérationnel des équipes.

Animer la communauté de ses clients internes et externes

- Elle/il est en relation avec les canaux de distribution internes pour la mise en marché de l'offre (passage de témoins, etc).
- Elle/il développe et anime une politique relationnelle avec toutes les parties prenantes externes (clients, partenaires, syndicats, etc).
- Elle/il peut être amené à déployer des techniques de lobbying et participer à des évènements externes.

Guider / Encourager le changement

- Elle/il est force de proposition et s'appuie sur son expertise pour identifier de nouveaux axes d'amélioration.
- Elle/il peut être amené(e) à encadrer et piloter une équipe. Pour ce faire, elle/il sait définir les méthodes, les priorités et les objectifs à atteindre en fonction du projet et mobiliser un collectif autour des enjeux de son périmètre d'activité.

Compétences

Communication et marketing

Marketing digital

Connaître l'écosystème numérique et maîtriser l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux (email marketing, publicité display, search engine marketing, content marketing, social / mobile marketing, Réseaux Sociaux, analyse web, codage . . .).

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Parcours clients multicanaux

Concevoir des dispositifs de ciblage (client / prospects) et des parcours client permettant de faire vivre une expérience client en multicanal

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

Analyse et discernement

Pouvoir apprécier, décomposer avec justesse et clairvoyance, une situation observée ou des faits vérifiés et distinguer les éléments marquants à partir du réel pour faciliter la prise de décision. Savoir faire preuve de remise en question, de sens critique, de mise en perspective et de jugement.

Adaptabilité

S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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 accroître 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.

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.

Comportementales Socles

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.

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.

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)

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.

Digital et Data

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.

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.

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Compétences rédactionnelles
- Maîtrise des leviers de communication sur l'ensemble des médias

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

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

Effectif de la fonction

De 1 à 9