

Fonction

RESPONSABLE DE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE DE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE III.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE 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 responsable de projet communication interne / externe pilote et met en oeuvre des projets et plans de communication relevant de son périmètre.

Missions

Piloter la mise en œuvre des actions de communication des projets de son périmètre

- Piloter le ou les projets de communication en veillant au respect des budgets, des délais, de la qualité et des risques, superviser leur conception et leur réalisation
- Mettre en œuvre les actions de communication des projets dont il est le pilote (supports de communication, édition, enquêtes, études, livrables évènementiels,...) au service des stratégies du Groupe et des branches et dans le respect des territoires des marques
- Intégrer la notion de risque juridique et d'image aux actions préconisées ou mises en œuvre
- Proposer des solutions créatives et innovantes : concepts, supports, outils de communication
- Mobiliser et coordonner les contributeurs internes/externes des projets au service de leur performance

Réaliser le cadrage et la mesure de la performance des projets de communication qu'il pilote

- Etablir le diagnostic des projets (contexte, enjeux, problématiques, objectifs), planifier, coordonner les différentes phases des projets de communication
- Organiser et coordonner les contributions aux projets
- Elaborer et mettre en place des indicateurs permettant le suivi de l'avancement des projets
- Contrôler la conformité des livrables
- Evaluer et présenter les résultats atteints à l'issue du projet, au regard du cahier des charges initial et des indicateurs mis en place

Assister les partenaires (en territoires et siège) dans la conception de leurs projets

- Ecouter, comprendre, analyser et anticiper les besoins des différents partenaires, les conseiller et leur recommander des stratégies de communication adaptées
- Etre force de proposition en élaborant des recommandations sur la base des cahiers des charges ou des briefs des partenaires
- Répondre aux objectifs des partenaires

Décliner le plan de communication de sa direction

- Réaliser les actions affichées dans le plan de communication de sa direction
- Réaliser un bilan des actions de communication et analyser leurs impacts et résultats

- Mobiliser les parties prenantes internes et externes sur les enjeux de transformation de l'entreprise

Manager ses équipes projet

- Manager en proximité les collaborateurs placés sous sa responsabilité managériale (le cas échéant)
- Manager fonctionnellement les équipes projets, en mobilisant les expertises lui permettant de garantir le succès du projet et en favorisant l'entraide et la transversalité
- Participer aux instances de pilotage de son périmètre d'activité

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 commerciale

Valoriser les offres (services / produits) du Groupe selon les différents canaux de communication, soutenir le business de l'entreprise et animer une campagne commerciale.

Communication interne

Accompagner les transformations du Groupe en élaborant des outils et éléments de langage afin de mobiliser et susciter l'adhésion de l'ensemble des collaborateurs.

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.

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).

Travail et outils collaboratifs

Adopter des pratiques collaboratives dans le travail au quotidien, notamment en travaillant principalement sur les plates-formes collaboratives. Participer à des projets en mode collaboratif, en travaillant sur les outils en ligne qui facilitent la transversalité. Echanger et partager les bonnes pratiques ou retours d'expérience. Maîtriser les règles de confidentialité.

Projet

Management de projet

Maîtriser 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.

Gestion événementielle

Organiser différents types d'évènements dans le cadre de son activité et connaître / maîtriser les techniques pour animer de façon transversale des réunions.

Relation Client

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client / 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

- □
Bgnp reseau
- □
Services-Courrier-Colis
- □
Groupe - siege
- Bgnp numerique
- □
Banque postale

Effectif de la fonction

De 100 à 249