

MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

# Chargé / chargée de communication



**SOUS-FAMILLE :** Marketing et communication

**AUTRES APPELLATIONS :** Chargé / chargée de promotion

Chargé / chargée de relations extérieurs Chargé / chargée de communication

**CODE ROME :** E1103 - Chargé / Chargée de communication

Le chargé / la chargée de communication contribue au développement de l'image de marque du titre auprès des différents lectorats.

## Activités

### Activités principales

Définition de la marque globale et des produits

- Elaborer la stratégie de communication
- Etudier les possibilités de développement des produits et des services associés en relation avec l'éditorial
- Réaliser des bilans des opérations menées et des campagnes de communication

Communication média

- Réaliser les bilans des campagnes de communication
- Développer des relations avec les autres médias (communiqués de presse, partenariats rédactionnels...)
- Définir et mettre en oeuvre les campagnes de communication sur les produits et la marque

Communication événementielle

- Monter des partenariats
- Créer des événements

### Variabilité des activités

Les activités du / de la chargé / chargée de communication titre peuvent varier selon l'offre numérique et web de l'entreprise. Il / elle peut être amené / amenée à gérer les achats d'espaces publicitaires (achats ou échanges).

## Compétences

### Compétences stratégiques

Identifier les partenaires potentiels à mobiliser autour d'une marque ou d'un produit

### Compétences techniques

Concevoir des supports de communication

Elaborer et suivre un budget

Piloter et réaliser la création de campagnes de communication

Rédiger le brief média (cahier des charges) et valider le plan média

Analyser la cohérence et la pertinence des supports de communication de la marque et des produits

Définir et concevoir des moyens d'animation commerciales en fonction d'une cible

Négocier les modalités d'un partenariat

### Compétences relationnelles

Rédiger le contenu d'un support de communication

Développer des relations avec les autres médias (communiqués de presse, partenariats rédactionnels)

## Connaissances

Communication et conduite de projets

- Outils et méthodes de gestion et de conduite de projet

Environnement professionnel

- Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture

Techniques de veille et méthodes d'études

- Techniques et outils de recherche, de veille et de collecte d'informations
- Méthodologies d'études et réalisation d'enquêtes

## Voies d'accès et passerelles

### Profils

A partir d'un Bac +2 en communication ou généraliste (lettres, art et culture,...), ou expérience équivalente

### Expérience

Pas d'expérience requise

### Envie de changer de métier ?

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

