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](https://candidat.francetravail.fr/metierscope/fiche-metier/E1103)

**FINALITÉS :**

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 MÉTIERS :**

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 géreer 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
* Environnement professionnel
* 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.

MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Responsable de communication / marketing / commercial (Audiovisuel)

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Animateur / animatrice de communautés
* Social media manager (Publicité)