

CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION

Le chargé(e) de communication est celui qui **conçoit et met en œuvre les actions auprès des différents publics ciblés par l'entreprise**. Il est connu comme étant le **chef d'orchestre** qui doit appliquer et coordonner la politique de communication, et il a pour objectif de diffuser une image positive de l'entreprise pour laquelle il travaille. Son champ d'action est large, il peut tout autant **cibler une communication** interne auprès des salariés, une communication commerciale, qu'une communication institutionnelle qui permet de communiquer autour de l'image de l'entreprise.

Le chargé(e) de communication a la possibilité de toucher également une **communication événementielle, de cibler le digital avec le corporate, les réseaux sociaux ou encore le marketing**. Il est également connu pour être le porte-parole de l'entreprise pour laquelle il travaille, et il doit surtout diffuser une image destinée à **promouvoir la notoriété** de la société sur le long terme. Il cherche surtout améliorer la visibilité de l'entreprise et également améliorer son chiffre d'affaires tout **en se chargeant des plannings des actions mises en œuvre**.



CONTACT

ISPAN LE HAVRE
73 rue du
Général Hoche

02.35.25.07.68





LES ORIENTATIONS

- Chargé(e) de communication
- Responsable de communication
- Média Planner
- Community Manager
- Chargé(e) de projet événementiel
- Consultant en communication
- Chef de projet en communication
- Responsable de projet événementiel

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il donne accès au titre certifié RNCP 37052 de niveau 6 « Chargé(e) de Communication » et permet de valider les compétences suivantes, en lien avec les attentes du marché :

■ **Analyse des besoins en marketing et communication du commanditaire/client/annonceur**

- Sélectionner des sources sur la base d'une veille structurée et rationalisée
- Établir, administrer, coordonner et superviser des enquêtes
- Rédiger un travail de synthèse réflexif, construit et argumenté

■ **Etude de la stratégie marketing de l'entreprise en vue de la préparation du plan de communication**

- Fixer les besoins et les buts de l'entreprise
- Récolter et analyser de l'information en continu
- Déterminer un budget et des hypothèses
- Proposer une stratégie et un plan marketing opérationnel efficaces
- Identifier les bons indicateurs pour mesurer l'efficacité du plan mis en place

■ **Conception et préparation des stratégies de communication**

- Récolter des informations sur un groupe, une entreprise, une marque, son marché et les acteurs de ce marché, ses cibles
- Élaborer des stratégies de communication in et offline
- Sélectionner les prestataires extérieurs, encadrer et guider le travail des équipes créatives et de production (créatifs, vidéastes, webdesigners et webmasters, etc.) internes et externes
- Prioriser ses choix en fonction du budget alloué
- Réaliser une recommandation stratégique attractive et argumentée

■ **Mise en oeuvre et coordination du plan de communication**

- Évaluer les propositions de ses équipes
- Planifier et organiser le travail de ses équipes et analyser la mise en action des projets
- Hiérarchiser et prioriser son analyse et transmettre une information claire et précise, facilement utilisable et adaptée aux membres de son équipe (internes et prestataires)
- Redéfinir les objectifs et les priorités, les rôles de chacun et ses champs d'intervention

Prérequis : Titulaire d'un Bac+2. **Objectifs :** De concevoir et mettre en place des actions de communication à partir de l'analyse des publics cibles, gérer la communication interne et externe de l'entreprise, ainsi que la communication digitale. Un chargé(e) de communication doit assurer la promotion et l'image de l'entreprise ou de l'organisation à travers la réalisation d'outils de communication (supports écrits, visuels, audiovisuels...) et être en mesure d'évaluer l'impact des actions de communication et ajuster la stratégie en conséquence. **Durée :** 525 heures. **Délai d'accès :** Recrutement dès janvier, rentrée en septembre. **Tarifs :** 4950€ en Initial ou 0€ en Alternance (prise en charge par l'entreprise). **Méthodes mobilisées :** Présentiel et moyen informatique mise à disposition. **Modalités d'évaluation :** CCF et épreuve ponctuelle. **Accessibilité :** Accès au personne en situation de handicap.