

## RESPONSABLE

## DE COMMUNICATION

IL OU ELLE DIRIGE LA COMMUNICATION D'UNE ENTREPRISE OU INSTITUTION.

Il adresse le bon message à la bonne cible en choisissant le bon support.



### Qui est-ce ?

C'est l'**employé d'une entreprise, d'une association ou d'une institution** ; quelqu'un qui connaît bien son sujet, qui sait ce qu'il faut dire, comment le dire, à qui il faut le dire et à quel moment.



### Quel est son rôle ?

Il **élabore, budgétise, planifie** et met en application une **stratégie globale de communication** en tenant compte de l'ensemble des publics à qui son "entreprise" doit s'adresser.

Il est parfois totalement seul pour cela... ou à la tête d'un service de plusieurs dizaines de personnes à coordonner. **C'est un peu "le boss" et bien souvent "l'arbitre" !**

Pour la "com' interne" (c'est à dire ne s'adressant qu'aux salariés de l'entreprise), il est devenu courant de communiquer par lettre d'info, journaux ou magazines... publiables en version papier, mais aussi électronique, sur l'espace dédié du site internet ou intranet.

Pour la "com' externe" (vers les utilisateurs, consommateurs ou usagers extérieurs à l'entreprise) la réalisation de campagnes peut être confiée à une agence spécialisée ou bien faite en interne.

Une stratégie de communication consiste, à partir d'un objectif stratégique tel que acquérir de la notoriété, améliorer son image, augmenter son trafic de clients ou d'utilisateurs, faire changer de comportement, etc. à décider d'un message (par exemple "meilleurs tous les jours à vos côtés" "Venez comme vous êtes" pour Mac Do ou "Just Do It" pour Nike), d'une cible (les jeunes, les seniors, les personnes qui aiment la montagne et le sport) des supports (des pubs télé, un site internet, une vidéo, une newsletter, etc.) d'un planning (avant Noël, après la rentrée, avant un salon important)...

Bref, il s'agit **d'orchestrer tous les éléments d'une communication** pour faire connaître et comprendre son entreprise, son produit ou son service.



### Avec qui et comment travaille-t-il ?

Selon la taille de la structure qui l'emploie, son propre service peut intégrer des *infographistes, des photographes, des vidéastes et plusieurs métiers du web*.

Dans certains cas, il ou elle peut être amené à travailler avec un responsable des relations publiques, un responsable événementiel, un attaché de presse... ou un directeur d'agence et son directeur de clientèle.