

Directeur Communication et Marketing H/F

MISSION	Organise, met en œuvre et optimise la politique communication et marketing
----------------	----------------------------------------------------------------------------

LIEN HIERARCHIQUE	Directeur Général
--------------------------	-------------------

PREAMBULE

Le Directeur Communication et Marketing H/F exerce ses missions dans le respect du Système de Management Intégré Qualité, Sécurité, Environnement, sur l'ensemble des sites.

Il encadre le personnel sous sa responsabilité dans le respect des règles définies par la Direction.

ACTIVITES

POLITIQUE ET STRATEGIES

- Décline la stratégie, les objectifs et la politique générale sur l'ensemble de son activité de communication et marketing en collaboration avec les différents services.
- Coordonne ses actions avec celles des autres membres du comité de direction concernés,
- Propose toute action d'amélioration ou de progrès susceptible de développer l'activité et de répondre aux besoins et attentes des clients.

COMMUNICATION

- Participe à la définition et met en œuvre la politique de communication globale
- Développe les liens avec le réseau UIMM et le GIM et participer aux projets de communication GIM/UIMM pour y représenter les intérêts de l'AFORP
- Développe les supports nécessaires pour favoriser la promotion et la commercialisation des activités et des produits de formation
- Organise et participe à des événements pour faire connaître l'AFORP (salons, colloques, meetings, ...)
- Veille à la cohérence de l'image de la structure sur l'ensemble des déclinaisons de la communication : supports papiers et web ainsi que les événements (portes ouvertes, remise des diplômes, conférences, événements partenaires, job dating ...)
- Valide les déclinaisons du plan de communication dans chacune de ses spécialités : création des supports, relations publiques, presses, web
- Développe les relations avec les médias et la presse
 - Mise en place d'une revue de presse
 - Développement d'un réseau de journalistes et rédacteurs en chef
- Supervise la production et la création des supports destinés aux différents publics
- Recherche et développe des outils de communication pour assurer la visibilité de la structure sur de nouveaux canaux de communications (sites internet, site intranet, réseaux sociaux...)
- Surveille la réputation et l'e-réputation de l'AFORP
- Gère la communication en réponse à une situation de crise
- Fédère les salariés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'AFORP
- Elabore, suit et optimise le budget de communication et effectue le reporting à la Direction Générale
- Etablit, met en œuvre et supervise le suivi des indicateurs de communication

MARKETING

Propose les plans marketing afin d'atteindre les objectifs annuels fixés :

- Recueille les informations du marché, étudie la concurrence, analyse et anticipe les besoins et les attentes des clients afin de détecter les nouvelles opportunités de marchés et de produits
- Analyse l'activité industrielle et technologique (études, enquête, observatoire, conférences) et l'évolution des produits et de la réglementation afin de proposer des axes d'amélioration
- Coordonne le développement des outils marketing pour la promotion des formations : définition des cibles après segmentation de nos clients et prospects, réalisation des actions de marketing relationnel (mailings produits, mailings personnalisés...), conception des supports de communication
- Mesure les performances des actions réalisées

GESTION ET MANAGEMENT DE L'EQUIPE COMMUNICATION / MARKETING

- Anime et coordonne l'activité de l'ensemble du personnel sous sa responsabilité
- Participe au recrutement du personnel rattaché à son activité

PROFIL RECHERCHE

- Très bonne culture web (publicité on line, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produit...).
 - Expérience de l'encadrement d'équipe en mode hiérarchique, fonctionnel et/ou matriciel.
 - Maîtrise des principaux logiciels bureautiques (tableur, traitement de texte...), de graphisme et de retouche photo (Photoshop, InDesign...) ou de publication de contenu sur le web (logiciels CMS...)
 - Maîtrise de la chaîne graphique (chemin de fer...) et des différentes étapes liées à l'édition de supports print et web
 - Aisance rédactionnelle et orale, base de l'activité quotidienne de cette fonction.
-
- Diplômé de l'enseignement supérieur école de commerce ou de communication
 - Expérience minimum de 5 ans dans un poste similaire dans la communication en entreprise ou en agence de communication
 - Curieux, créatif et dynamique