



PILOTAGE STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE

Chargé des relations publiques et institutionnelles



Missions

Le Chargé des relations publiques et institutionnelles conçoit et met en œuvre des stratégies pour promouvoir et défendre l'image des entreprises clientes auprès des parties prenantes, incluant médias, partenaires et institutions. Il assure également la communication autour des activités et des valeurs de l'organisation cliente en s'adaptant aux enjeux sociaux et économiques actuels et organise et participe à des événements promotionnels. En fonction du niveau de séniorité et de l'organisation de l'entreprise, il peut être davantage porté sur l'orientation des stratégies ou sur leur mise en œuvre.

AUTRES APPELLATIONS :

Consultant en relations publiques

Responsable des relations publiques

Responsable des affaires institutionnelles

Chargé de communication institutionnelle

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Élaborer des stratégies et plans de relations publiques et institutionnelles (indicateurs de suivi, objectifs, moyens) en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise cliente et le brief client, les objectifs et besoins de la marque, son image, et le budget défini.
- Concevoir de contenus (communiqués de presse, dossiers de synthèses, pitches, éléments de langage) adaptés aux besoins du client, dans le respect du plan de relations publiques et institutionnelles.
- Assurer la gestion des relations avec les médias et partenaires institutionnels, en organisant des événements, conférences et prises de parole pour renforcer l'image et la notoriété des entreprises clientes, dans le respect du plan de relations publiques.
- Développer et coordonner des actions de communication internes et externes, promotion et de représentation auprès des institutions publiques et décideurs économiques pour valoriser l'image de son client et préserver ses intérêts.
- Construire la communication de crise et superviser son application le cas échéant, avec les équipes concernées, en s'assurant que la réputation des entreprises clientes soit protégée dans les situations sensibles.
- Mener une veille (actualités, concurrences, risques), suivre et analyser les évolutions sociétales et réglementaires pour adapter ses stratégies de communication institutionnelle.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Analyser le contexte d'un client dans toutes ses dimensions pour identifier ses enjeux, risques et cibles
- Concevoir des stratégies de communication institutionnelle en fonction des objectifs du client et du contexte dans lequel cette stratégie doit être déployée
- Restituer son travail auprès d'un client pour confronter ses préconisations avec les besoins et la vision du client
- Analyser une situation de crise et trouver les bons leviers pour communiquer dans de tels situation puis accompagner le client dans leur mise en œuvre

▼ Piloter un projet

- Accompagner un client tout au long d'une campagne de relations publiques en se montrant disponible, à l'écoute et en sachant se montrer convaincant
- Coordonner différentes équipes métiers, en interne et au sein de l'entreprise cliente, pour mener à bien une campagne de relations publiques
- Organiser des événements, conférences de presse, en invitant les médias ou acteurs ciblés, pour valoriser l'image de son client et répondre à ses objectifs
- Assurer le suivi des demandes clients, des journalistes et ensemble des parties prenantes et cibles de la campagne de relations publiques

▼ Créer, concevoir et innover

- Concevoir des plans de relations publiques adaptés aux clients, au contexte, aux objectifs et cibles de la campagne de relations publiques
- Décliner le plan de relation publique en livrables, éléments de communication et de langage adaptés aux cibles et canaux

▼ Superviser une campagne de communication

- Assurer un suivi au fil de l'eau de la campagne de relations publiques et proposer des ajustements en fonction des résultats obtenus
- Etablir le bilan d'une campagne de relations publiques sur la base des indicateurs de performance et des objectifs de la campagne et le présenter au client

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Analyser un tableau de bord, des indicateurs, pour mesurer la performance d'une campagne de relations publiques
- Réaliser un suivi et établir un bilan sur la base d'un tableau de bord ou d'une batterie d'indicateurs avec les outils appropriés

Autres compétences

Savoirs

- > Stratégie
- > Marketing
- > Management stratégique
- > Influence
- > Réseaux sociaux
- > Création de contenus éditoriaux
- > Gestion de projet
- > Communication institutionnelle
- > Outils de veille
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Inspirer, donner du sens
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de persévérance
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le Chargé des Relations Publiques et Institutionnelles doit adapter sa communication et sa stratégie aux nouvelles attentes sociétales et aux nouveaux canaux de communication. Le développement du distanciel a également fait évoluer l'organisation et la participation à des événements.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Commercial
- Directeur Marketing et Communication

En externe

- Clients
- Prestataires
- Médias
- Relais d'influence
- Journalistes

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en communication, sciences politiques, ou relations internationales.

Expériences recommandées

- > Le métier est accessible en alternance ou à la suite d'une première expérience (en alternance ou en stage) pour un débutant. Il est possible après 3 à 4 ans d'expérience de devenir sénior et de gagner en responsabilité (management de profil junior, rôle plus stratégique)

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Chargé des relations publiques et institutionnelles

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Responsable d'équipe

Responsable de Pôle

EVOLUTIONS POSSIBLES