

FICHE DE POSTE

INTITULE DU POSTE :	CHARGE DE COMMUNICATION ET MARKETING
DIRECTION :	DIRECTION GENERALE

RELATIONS HIERARCHIQUES ET FONCTIONNELLES	
N + 1 (Supérieur hiérarchique) :	Directeur Général
N – 1 (Collaborateurs directs):	Assistants communication et marketing
Relations fonctionnelles internes :	Directeurs, Responsables, Chefs de service ...
Relations fonctionnelles externes :	Partenaires institutionnels, Agences de Communications, Médias, Prestataires, etc.

RAISON D'ETRE DU POSTE
<p>Sous la supervision du Directeur Général, le Chargé de Communication et Marketing assure la promotion d'une bonne image de la SImAU et de ses opérations Il élabore et met en œuvre des stratégies de communication et de marketing pour valoriser les produits, services ou projets de l'entreprise. En s'appuyant sur des outils adaptés, il veille à renforcer la notoriété et l'attractivité de l'entreprise.</p>

MISSIONS ET ACTIVITES	
Mission 1	Elaboration de la stratégie communication et marketing
Activités	<ul style="list-style-type: none"> benchmarker plusieurs stratégies d'entreprises majeures du secteur pour identifier les plus marquantes et s'en inspirer pour l'élaboration de la stratégie communication et marketing de la SImAU en s'inspirant de ces modèles tout en cherchant à être encore plus novateur aménager les objectifs de la stratégie marketing et de communication pour définir les axes qui conduiront le plan marketing annuel consolider les réseaux de communication en interne (CRM) et en externe pour atteindre les publics cibles en définissant les canaux de distributions les plus propices à la gestion de l'information administrer le calendrier du plan marketing annuel pour adapter les actions de marketing et de communication
Mission 2	Animation du plan marketing et de communication
Activités	<ul style="list-style-type: none"> - analyser les objectifs du plan marketing en prenant en compte les éléments du marché et des tendances pour créer les actions à conduire avec efficacité et pertinence - créer les actions définies par le plan marketing pour déployer des actions promotionnelles et événementielles en mettant en place des partenariats - sélectionner les prestataires qui participeront au déroulement de l'action marketing et communication en demandant des propositions et en négociant les tarifs afin de rester dans le budget - assurer un suivi des actions conduites pour vérifier que les prestataires respectent le déroulement de l'action tout au long de la campagne

	<ul style="list-style-type: none"> - contrôler le déroulement d'une action marketing pour en tirer les avantages quantitatifs et qualitatifs auprès la force de vente - évaluer les résultats et les impacts de l'action marketing et communication pour établir un bilan qualitatif et quantitatif et en tirer des recommandations
Mission 3	Gestion et animation des supports webmarketing et de communication digitale
Activités	<ul style="list-style-type: none"> - sélectionner des supports appropriés pour dynamiser et animer la présence de la force de vente sur le net en mettant en place des outils digitaux appropriés et évolutifs - rédiger une ligne éditoriale pour le site web de la SImAU pour mettre en valeur les actions marketing et communication en assurant une veille et une maintenance active de l'information sur le site internet - créer des supports de présentation produits ou service pour animer le site à partir de vidéo, publications et témoignages en animant l'échange avec les internautes - concevoir des bandeaux d'appels pour valoriser les actions du plan marketing et de communication et en proposant des axes de rencontres via le web (sondages, webinaire...) - sélectionner des prestataires pour référencer et valoriser la visibilité de l'information sur le net en améliorant le référencement naturel et payant dans le but d'accroître sa visibilité et sa notoriété - évaluer les résultats de l'activité de l'animation webmarketing et communication digitale pour permettre des recadrages et améliorer la notoriété existante
Mission 4	Réalisation de la gestion événementielle de la communication, des relations presses, relations publiques/média
Activités	<ul style="list-style-type: none"> • assurer la gestion des évènements spéciaux organisé par la SImAU • élaborer les étapes de la conception d'un évènement pour anticiper le jour J toutes les contraintes en manageant point par point le poste et en définissant le périmètre de chaque prestataire • sélectionner les prestaires pour intervenir lors de l'évènement en leur proposant une feuille de route et en négociant le budget de leur prestation • gérer les aspects logistiques des évènements pour anticiper avant le jour J les étapes et les enchainements de la production de l'évènement • gérer la communication et la signalétique autour de l'évènement pour informer sur son déroulement et pour enchaîner les étapes des prestations prévues • manager les équipes pour assurer le bon déroulement de l'évènement en leur remettant une feuille de route décrivant les étapes et les horaires de leurs missions • évaluer les retombés de l'évènement pour identifier les points à améliorer et les points positifs qui se sont déroulés • gérer les relations avec les journalistes et les photographes

	<ul style="list-style-type: none"> • réaliser un dossier de presse pour recenser tous les articles promotionnels permettant de valoriser les bienfaits d'un produit ou service • communiquer auprès de son réseau Média des nouveautés, des événements et autres informations pour entretenir une veille sur les produits ou services représentés
--	---

FORMATION TYPE REQUISE ET EXPERIENCE
<p>Formation : Diplôme universitaire BAC+ 3/4 en marketing et communication</p> <p>Expérience : Au moins dix (10) ans d'expérience professionnelle dont au moins (05) ans dans un poste similaire.</p>

MOYENS ET DOCUMENTS DE TRAVAIL
Ordinateurs, accessoires informatiques, mobilier et matériel de bureau, manuel de procédures, moyens de communication (téléphone, Internet),...

COMPETENCES	
Qualifications requises	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance approfondie dans le domaine du marketing et de la communication - Forte capacité de leadership et de gestion d'équipe - Compétences avancées en négociation et en résolution de problèmes - Maîtrise des outils informatiques de gestion immobilière - Excellentes aptitudes en communication orale et écrite
Compétences attendues	<ul style="list-style-type: none"> - Expérience dans la gestion de la passation des marchés - Capacité à travailler dans un environnement multilingue et multiculturel
Savoirs - être	<ul style="list-style-type: none"> - Rigueur - Organisation - Ecoute ; - Intégrité - Disponibilité ; - Aisance relationnelle - Sens de la discrétion