



# Chargé(e) de communication

OBSERVATOIRE des MÉTIERS

Code ROME : E1103 Communication

de l'alimentation en détail



Le chargé(e) de communication conçoit et met en œuvre des actions de communication auprès de différents publics (clients, fournisseurs, salariés en interne), en fonction des budgets alloués et de la stratégie de communication de l'entreprise. Il/elle représente l'image de l'entreprise lors d'événements et de manifestations. Il/elle assure la présence de l'entreprise sur les différents canaux de communication.

Autres appellations : responsable de la communication...

## Activités professionnelles

Tous les professionnels exerçant ce métier ne réalisent pas systématiquement toutes les activités ci-dessous. Certaines peuvent en effet être confiées à d'autres professionnels, en fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise et du niveau de responsabilité du poste.

- Conception d'outils et de supports de communication
- Déclinaison de la stratégie de communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux
- Promotion de l'image de l'entreprise auprès des collaborateurs et futurs collaborateurs
- Mesure et analyse de la performance des actions de communication mises en œuvre
- Veille sur les évolutions techniques et technologiques en lien avec les moyens et canaux de communication

## Blocs de compétences et compétences

### Conception d'outils et de supports de communication

- Identifier le canal de communication (papier, web, média...) adapté afin d'atteindre la cible du message
- Rédiger et mettre en forme différents types de contenus (articles, notes, newsletter, communiqué de presse, dossier de presse, documentation, catalogues, ...) dans un style adapté à l'outil et au média utilisé
- Décliner un message sur différents supports de communication, en veillant à respecter la charte graphique de l'entreprise
- Créer des images, infographies, vidéos ou podcasts en utilisant des outils, logiciels et programmes informatiques spécifiques
- Mettre à jour de manière régulière les différents supports de communication (site internet, catalogues...)

### Déclinaison de la stratégie de communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux

- Définir un plan d'animation et une ligne éditoriale (format, contenu) adaptés à la cible
- Publier un contenu en respectant le calendrier éditorial et en s'assurant de la cohérence des publications entre les différents canaux
- Initier des conversations et animer les débats avec les internautes/ les membres de la communauté afin de fédérer la/les communauté(s) digitale(s)
- Modérer les contributions des internautes et faire appliquer les règles de bonne conduite
- Assurer la présence de l'entreprise/la marque sur les réseaux sociaux afin de fidéliser et accroître le nombre de membres de la communauté

### Voies d'accès au métier

Ce métier est accessible avec une certification de niveau 6 (licence) ou 7 (Master, école spécialisée, école de commerce, IEP, ...) dans le domaine de la communication ou des relations publiques.

### Domaines de connaissances mobilisés et Formacode

- Communication entreprise 46301
- Stratégie communication numérique 46347
- Ecriture informative 46319
- Langues 15254

### Qualités / Ressources transverses

Analyse et synthèse de l'information  
Autonomie  
Apprentissage et actualisation des compétences  
Adaptabilité / réactivité / proactivité  
Rigueur et fiabilité  
Prise d'initiative et gestion des aléas  
Innovation



# Chargé(e) de communication

OBSERVATOIRE des MÉTIERS

de l'alimentation en détail



## Blocs de compétences et compétences (suite)

### Promouvoir l'image de l'entreprise auprès des collaborateurs et futurs collaborateurs

- Proposer et organiser des actions de communications et événements internes afin de mobiliser et fédérer les collaborateurs
- Elaborer et mettre en oeuvre des projets de communication en collaboration avec le service RH dans le but de recruter des futurs collaborateurs

### Mesure et analyse de la performance des actions de communication mises en oeuvre

- Identifier les indicateurs de performance pertinents pour l'évaluation des actions mises en oeuvre (ventes réalisées, visibilité de l'entreprise, e-réputation...)
- Evaluer l'impact des actions de communication en lien avec la direction et le service des ventes
- Concevoir des tableaux de bord et de reporting de l'activité
- Synthétiser et présenter les résultats obtenus
- Identifier les causes des écarts entre les résultats et les objectifs visés et proposer des actions correctives et des axes d'amélioration

### Veille sur les évolutions techniques et technologiques en lien avec les moyens et canaux de communication

- Repérer les évolutions techniques et technologiques en matière de communication (nouveaux canaux de diffusion, nouveaux moyens) pouvant impacter la stratégie de communication de l'entreprise
- Répertorier, analyser et synthétiser les informations recueillies et leurs sources d'information
- Elaborer une base documentaire intégrant les évolutions techniques et technologiques

### Principaux Codes NAF

- 10.13B** Charcuterie
- 10.52Z** Fabrication de glaces et sorbets
- 10.71C** Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
- 10.71D** Pâtisserie
- 10.82Z** Fabrication de cacao, chocolat et de produits de confiserie
- 46.38A** Commerce de gros (commerce interentreprises) de poissons, crustacés et mollusques
- 47.22Z** Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé
- 47.23Z** Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé
- 47.24Z** Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
- 56.21Z** Services des traiteurs