

Description

Le ou la responsable de la communication conçoivent, planifient et réalisent des campagnes publicitaires pour les produits et services d'entreprises publiques ou privées. En étroite collaboration avec la direction et le département marketing, ils définissent les stratégies de communication pour atteindre les publics cibles visés. Ils assurent la réalisation des messages promotionnels et leur diffusion, en choisissant les médias et supports à privilégier (presse, TV, multimédia, événementiel).

Leurs principales activités consistent à:

Analyse du marché

- réunir des informations sur la situation de l'entreprise: ses activités et produits, ses partenaires, ses concurrents, etc.;
- faire réaliser une étude de marché pour cerner les caractéristiques détaillées des cibles et connaître leurs attentes et leurs besoins;
- analyser les données recueillies et élaborer, aux côtés de la direction et du département marketing, une planification média complète correspondant aux objectifs;

Conception de projets

- définir l'identité complète du produit ou du service ainsi que les déclinaisons; déterminer quelles valeurs et qualités seront associées à son image, puis communiquées vers les groupes cibles;
- planifier une stratégie de communication en tenant compte du public cible, de l'environnement du marché et de critères géographiques;
- sélectionner et utiliser des instruments de communication adaptés aux objectifs fixés (p.ex. annonces publicitaires, sponsoring, événements, marketing direct, etc.);
- établir un budget pour l'ensemble des moyens mis en œuvre (coût de diffusion, production, événementiel, etc.);

Coordination de la production

- planifier la réalisation des médias classiques (imprimés, TV, radio) ou des multimédias (Internet, Intranet, Extranet);
- coordonner et superviser le travail des équipes de création et de production ou des collaborateurs externes: photographes, graphistes, rédacteurs, etc.;
- veiller au respect des délais et des budgets alloués;
- contrôler la chronologie et la cadence de diffusion;
- évaluer l'impact de la campagne publicitaire: recueillir les réactions du public et des médias et les analyser afin de modifier, au besoin, la stratégie commerciale adoptée et son message.

Environnement de travail

Les fonctions et les conditions de travail des responsables de la communication varient suivant la taille de l'entreprise et le budget alloué à la communication. Dans les grandes sociétés, ces professionnels travaillent au sein d'un département de marketing ou de publicité et sont épaulés par une équipe composée de planificateurs-trices en communication, spécialistes en marketing, etc. Dans une petite structure, les responsables de la communication jouent un rôle très polyvalent; l'investissement y est plus conséquent. Les horaires de travail sont réguliers quoique chargés par moments, notamment lors du lancement d'une campagne importante.

Formation

La formation de responsable de la communication s'acquiert en emploi.

Lieux

- Divers lieux en Suisse romande.

Durée

- 4 semestres.

Conditions d'admission à l'examen

- brevet fédéral dans les domaines de la communication, relations publiques, publicité, marketing + 2 ans de pratique professionnelle en tant que responsable de la communication, de la publicité ou en tant que conseiller-ère;
- titre HES, universitaire ou diplôme fédéral dans un domaine commercial + 3 ans de pratique professionnelle dans les domaines de la communication institutionnelle ou marketing, dont au minimum 2 ans dans une position de responsable;
- autres titres + 5 ans d'expérience dans les domaines de la communication institutionnelle ou marketing, dont au minimum 2 ans de pratique professionnelle dans une position de responsable.

Titre obtenu

- diplôme fédéral de responsable de la communication.

Contenu (branches d'examen)

- économie politique;
- économie d'entreprise / calcul des coûts / établissement du budget;
- statistique de marketing / études de marché / contrôle de l'impact publicitaire;
- marketing;
- communication intégrée / communication de marketing;
- médias;
- promotion des ventes / marketing direct / marketing événementiel / sponsoring / multimédias
- relations publiques / relations avec les investisseurs;
- droit;
- mémoire et entretien professionnel.

Qualités requises

L'exercice de cette profession fait appel à des qualités comme:

- Aptitude à diriger et gérer une équipe
- Sens de la communication
- Esprit de décision
- Aptitude à négocier
- Sens commercial
- Facilité pour les langues
- Résistance nerveuse

Perspectives professionnelles

L'industrie de la communication et de la publicité vit au rythme de l'économie. Le marché des produits et services est en perpétuelle évolution. De ce fait, les responsables de la communication doivent faire preuve d'une grande flexibilité et sans cesse se renouveler. Ils sont exposés à une forte pression pour atteindre leurs objectifs.

Perfectionnement

Les responsables de la communication peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue portant sur des aspects liés à la communication, l'économie, la publicité, l'e-commerce, les services et le marketing proposés par les organisations du monde du travail et différentes institutions de formation publiques ou privées;
- etc.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/perfectionnement et www.orientation.ch/postgrades.

Professions voisines

- Chef de marketing DF/Cheffe de marketing DF
- Chef de vente DF/Cheffe de vente DF
- Conseiller en relations publiques DF/Conseillère en relations publiques DF
- Spécialiste en communication BF/Spécialiste en communication BF

Adresses

CS - Communication Suisse
Kappelerstrasse 14
8001 Zurich
Tél.: 044 211 40 11
<http://www.ks-cs.ch>

seelandAcademy Sarl
Rue du Manège 5
2502 Biel/Bienne
Tél.: 032 558 30 55
<http://www.seelandacademy.ch/fr/>