



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Directeur(trice) de la communication interne

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Communication interne

En entreprise / organisation

Autres appellations : Responsable de la communication interne,
directeur(trice) de la communication interne internationale

Définition du métier

Le directeur de la communication interne élabore la politique de communication interne de l'entreprise. Il facilite l'adhésion de l'ensemble des salariés aux objectifs de développement de l'organisation en y apportant du sens.

Il promeut l'échange et l'interactivité en tenant compte de la culture d'entreprise, de ses enjeux environnementaux, sociétaux et économiques.

Le directeur de la communication interne est un expert des relations entre les acteurs de l'organisation. Il propose et met en œuvre les méthodes et moyens qui vont permettre l'établissement d'une véritable coopération.

Il sensibilise, conseille et forme les managers aux enjeux de la communication dans leurs projets. Opérationnel, il sait proposer des plans, des outils et des actions de communication adaptés à leurs projets. Il dirige, manage et fait évoluer une équipe de chargés ou d'assistants de communication interne. Il est garant de la cohérence, en interne, des messages et veille notamment à la bonne coordination de sa direction avec les autres directions fonctionnelles et opérationnelles sur le champ de la communication.

Missions

Le directeur de la communication interne écoute et comprend le corps social. Il assure une fonction d'écoute informelle et formelle sur l'organisation en mettant notamment en place des dispositifs adaptés (baromètre, enquêtes d'opinion). Il les analyse et propose en réponse des stratégies et actions de communication interne. Il est en charge de la stratégie de communication interne de l'entreprise. Il en assure la conception, en supervise la mise en œuvre et la mesure des résultats.

Expert des relations, il conseille les dirigeants et apporte son expertise de communicant aux managers, en exerçant un véritable appui stratégique et opérationnel.

Garant de la bonne circulation de l'information au sein de l'entreprise, il conçoit et pilote le dispositif d'information interne, en veillant à la cohérence et complémentarité de l'ensemble, ainsi qu'à la bonne adéquation entre messages, cibles et supports.

Il développe la dynamique collective, en faisant vivre la culture interne et en créant des espaces et des temps de dialogue.

Le directeur de la communication interne manage l'équipe de communication interne et anime un réseau de communicants.

Il pilote sa fonction, en élaborant les budgets de communication interne, en réalisant l'évaluation de ses actions, ainsi qu'en assurant une veille sur les pratiques de communication des entreprises de son secteur ou de manière générale. Ainsi, il exerce un benchmark lié à sa fonction de communicant.

Il rencontre des professionnels de la communication dans des manifestations où l'échange et le débat sont recherchés.

Lorsqu'il exerce sa fonction sur un périmètre international, le directeur de la communication interne s'attache à donner à ce réseau un cadre global de communication (grands objectifs, charte graphique, argumentaires transversaux, ...) au sein duquel chacun pourra développer une communication interne en adéquation avec ses spécificités nationales.

Le directeur de la communication interne internationale impulse et met en œuvre le principe d'unité de la « marque groupe » en définissant des cadres transversaux et internationaux qui sont en adéquation avec la stratégie globale de l'organisation tout en laissant à chaque pays sa spécificité culturelle.

Domaine et périmètre d'intervention

Rattaché selon la structure, à la direction de la communication, à la direction des ressources humaines ou à la direction générale, il intervient, auprès des dirigeants et managers, en conseil et support opérationnel de proximité pour le développement de la communication interne.

Il travaille en liaison étroite avec la communication externe et la communication ressources humaines. Dans le cadre de l'exercice de sa fonction à l'international, le directeur de la communication mobilise ses connaissances multiculturelles et sa capacité à manager des équipes pluriculturelles, à conceptualiser des stratégies et projets d'envergure.

Il opère sur le périmètre « groupe » et, à ce titre, intervient plus particulièrement auprès des dirigeants centraux du siège et des dirigeants des filiales nationales.

Activités et tâches

Activité 1 : Écoute et comprend le corps social

- Tâches :
- Assure une écoute formelle et informelle de l'organisation, en proposant des dispositifs adaptés (baromètre, enquête)
 - Identifie les tendances sociologiques de l'organisation
 - Évalue la perception en interne de l'entreprise et de sa stratégie
 - Analyse et évalue les besoins en communication interne
 - Impulse et pilote les dispositifs d'écoute interne

Activité 2 : Conseille et accompagne le management

- Tâches :
- Sait traduire les projets stratégiques de l'entreprise en termes de communication
 - Définit les processus de la communication managériale
 - Conseille les managers dans leur approche communicationnelle
 - Apporte un appui opérationnel aux managers
 - Accompagne la gestion de crise et prépare les scénarios
 - Participe à la gestion de crise (élabore le message, prépare la prise de parole, pilote les équipes internes et externes, gère la pression émotionnelle interne)

Activité 3 : Élabore et fait circuler l'information

- Tâches :
- Élabore la politique d'information interne
 - Conçoit un schéma directeur de l'information au regard de la culture d'entreprise
 - Organise le débat interne et met en place des dispositifs d'expression
 - Définit les politiques éditoriales
 - Pilote le dispositif global, en veillant à la cohérence globale et à la synergie entre les supports
 - Stimule l'interactivité
 - Définit les politiques éditoriales

Activité 4 : Développe la dynamique collective

- Tâches :
- Fait vivre et évoluer la culture interne
 - Analyse la culture interne et en tient compte dans ses stratégies de communication et ses actions
 - Véhicule en interne les valeurs de l'entreprise et les illustre à travers des exemples concrets
 - Organise le débat interne
 - Instaure un dispositif d'expression et d'échange
 - Met en relation les individus, favorise la création de communautés d'échanges
 - Conçoit et organise des événements internes en adéquation avec les objectifs stratégiques de l'entreprise

Activité 5 : Pilote la fonction et manage son équipe

- Tâches :
- Manage les équipes chargées de la communication interne : professionnalise, fixe des objectifs et évalue
 - Construit, coordonne et anime un réseau de communicants internes, l'internationalise si besoin
 - Négocie et élabore les budgets de communication interne, à partir du plan de communication préalablement défini
 - Établit des outils de mesure de la communication. Valorise et communique les résultats
 - Assure un benchmark des pratiques de communication des entreprises, en tissant notamment un réseau de relations externes

Compétences

SAVOIRS

Connaissances de :

- l'entreprise,
- ses produits / ses métiers,
- sa culture / son identité,
- son histoire,
- son environnement (économique, social, politique)

Compréhension de l'ensemble de la communication :

- organisationnelle,
- rédactionnelle,
- interne,
- externe,
- gestion de la crise...

Maîtrise des techniques et outils de communication :

- oraux,
- écrits,
- visuels,
- multimédias
- événementiels

Connaissances des techniques de gestion de crise

Maîtrise des bases de la gestion administrative et financière

Connaissances de la théorie des organisations et de l'analyse des situations, des enjeux et jeux d'acteurs (approches psychosociologiques).

Maîtrise des théories et méthodes de conduite du changement

Connaissances des pratiques multiculturelles

Maîtrise des savoirs théoriques en sciences humaines et sociales, en sciences de l'information et de la communication

Connaissances des techniques d'études d'opinion

Maîtrise des méthodes d'animation de groupes, pratiques du management, d'équipe, du management des réseaux, (pratiques de négociation et du benchmark)

Connaissances d'une ou plusieurs langues étrangères

Connaissances du droit de la communication

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Savoir construire, piloter une stratégie de communication globale, à grande échelle et multiculturelle et à inscrire son action dans la stratégie de l'entreprise

Être capable de traduire des situations et des missions stratégiques de l'entreprise en y apportant du sens (message, discours)

Pouvoir sensibiliser et à amener les dirigeants et managers à développer la communication au sein de l'organisation

Savoir élaborer un diagnostic de communication, des recommandations, des plans de communication globaux

Savoir concevoir un schéma directeur de l'information, élaborer des politiques éditoriales, veiller au bon fonctionnement du dispositif d'information et mesurer l'efficacité des messages et des supports

Avoir la capacité de s'exprimer en public et disposer de bonnes capacités rédactionnelles

Être capable d'identifier les leaders d'opinion informels, de capter les signaux faibles

Savoir aider les managers à repérer les acteurs des projets concernés, à en percevoir les enjeux de communication, à leur proposer des plans de communication adaptés

Avoir la capacité d'analyse du jeu des acteurs, du fonctionnement des organisations et de l'accompagnement du changement

Savoir intervenir dans le processus de gestion de crise en participant à l'élaboration du dispositif de communication de crise

Être capable de mettre en relation les individus, les réseaux

Avoir la capacité de mettre en place des dispositifs d'expression permanents

Savoir mettre en place et animer des réseaux de correspondants

Savoir travailler avec les prestataires (rédaction d'un cahier des charges, choix et suivi des prestataires)

Faire preuve de capacités managériales (recrutement, mise en place d'objectifs, évaluation, professionnalisation...)

Compétences souhaitées :

Maîtriser les méthodes d'animation de groupe

Savoir mesurer l'impact, analyser les résultats et capitaliser l'expérience

Savoir constituer et entretenir un réseau de relations professionnelles externes

SAVOIR-ÊTRE

Ouverture aux autres

Sens de l'écoute

Empathie

Bonne compréhension et reformulation des besoins

Curiosité

Bon relationnel

Adaptabilité

Créativité

Rigueur

Organisation

Force de conviction

Diplomatie

Capacité de décision

Capacité de management

Résistance au stress et prise de recul