



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Journaliste d'entreprise

Famille métier : Création et contenus

Domaine d'intervention : Communication externe
Communication interne

En entreprise / organisation – En agence de communication – En indépendant

Autres appellations : Chef de rubrique,
Rédacteur(trice) d'entreprise,
Reporter(trice) d'entreprise

Définition du métier

Le journaliste d'entreprise participe à la stratégie de communication de l'entreprise.

Il élabore des publications périodiques (comme les lettres d'informations, articles, journal interne, rapport d'activités, newsletters, interviews et reportages, etc.), diffusées sur différents supports et qui peuvent être destinées aux salariés et/ou à des publics externes.

Missions

Le journaliste d'entreprise réalise des enquêtes, des interviews, des reportages, et rédige des articles. Il doit mettre en avant le discours officiel de l'entreprise.

Il doit se constituer un réseau de correspondants au sein même de l'entreprise, afin d'établir des relations de confiance avec l'encadrement et les salariés.

Les missions d'un journaliste d'entreprise peuvent varier en fonction de ses responsabilités, de la taille et de l'organisation de l'entreprise, et enfin de ses conditions d'exercice.

En début de carrière, un journaliste d'entreprise peut commencer par des activités de pigiste, ou par la rédaction de petits articles sur des faits divers touchant à la vie de l'entreprise. Avec l'expérience, il peut traiter des articles de fond ou des dossiers plus complexes.

Le journaliste d'entreprise peut également avoir des responsabilités éditoriales en prenant la direction d'une ou plusieurs rubriques, voire de la ligne éditoriale dans son ensemble.

Il occupera alors un rôle d'expert ou même de formateur sur certaines thématiques.

Le journaliste d'entreprise peut être chargé de créer du contenu afin de promouvoir l'entreprise en interne, comme en externe. Il aura alors pour mission de mettre en valeur les réalisations de l'entreprise par le biais d'articles, de dossiers thématiques, de reportages vidéos...

Domaine et périmètre d'intervention

Le journaliste d'entreprise dispose d'une marge de manœuvre plus étroite qu'un journaliste de presse. En entreprise, il est en effet directement rattaché à la direction de la communication, qui valide les sujets abordés et leur rédaction.

Il peut exercer soit au sein d'une grande entreprise, soit dans une agence de communication. Il peut également avoir un statut d'indépendant et travailler en free-lance en proposant ses services en tant que prestataire extérieur aux agences ou aux entreprises.

Activités et tâches

Activité 1 : Participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique éditoriale

- Tâches :**
- Choisit des sujets importants dans l'actualité, en lien avec l'axe stratégique de l'entreprise, la politique éditoriale et le brief établi en comité de rédaction
 - Conseille sur les nouveautés à mettre en pratiques dans le traitement éditorial et la mise en page des publications
 - Organise les déplacements et les entretiens pour assurer une interview, couvrir les évènements...
 - Développe un réseau de correspondants
 - Effectue une veille documentaire sur le positionnement de l'entreprise par rapport au(x) sujet(s) choisi(s)
 - Coordonne les équipes internes et les prestataires externes

Activité 2 : Réalise le contenu destiné aux supports de communication

- Tâches :**
- Réalise des interviews avec les différentes personnes identifiées
 - Traite les informations récoltées, les rédige et les scénarise en fonction de l'angle choisi, en veillant à valoriser au maximum l'entreprise et ses salariés
 - Vérifie et réorganise l'information auprès des différents contacts
 - Rédige les articles et interviews destinées aux publications internes
 - Valorise la mise en page du contenu

Activité 3 : Gère la publication des articles on et off line

- Tâches :**
- Relit et fait valider le contenu par la direction de la communication
 - Valorise au maximum l'information émise
 - Met en page le contenu en fonction du support
 - Participe à l'organisation générale du document et à son édition, en lien avec la fabrication
 - Participe à la mise à jour des informations on-line

Compétences

SAVOIRS

Très bonne culture générale

Connaissance de l'entreprise ou organisation, ses produits / ses métiers, sa culture / son identité, son histoire, ses concurrents

Très bonne compréhension de la stratégie de l'entreprise, de son image, de son fonctionnement

Compréhension de l'ensemble de la communication (organisationnelle, rédactionnelle, interne, externe, gestion de la crise...)

Connaissance des techniques journalistiques et d'investigation

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Capacité d'analyse, de synthèse et d'écriture.
Capacité à « vulgariser » les informations pour les rendre compréhensibles pour le public cible.

Capacité à suivre un schéma directeur de l'information, à veiller à la bonne application des politiques éditoriales, des messages et des supports

Avoir d'excellentes capacités rédactionnelles

Avoir un très bon niveau en français : orthographe, typographie, grammaire...

Maîtriser les logiciels de bureautique et d'édition print et web.

Avoir une bonne connaissance de la chaîne graphique, des techniques d'édition, de corrections typographiques

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

Compétences souhaitées :

Maîtriser les nouvelles technologies (logiciels spécialisés).

Être capable de mettre en place et d'animer des réseaux en interne et en externe

Avoir de bonnes connaissances en fabrication

SAVOIR-ÊTRE

Compétences requises :

Sens de l'écoute

Excellent relationnel

Sens de la communication

Empathie

Bonne compréhension et reformulation des besoins

Curiosité

Rigueur

Autonomie

Réactivité

Sens de l'organisation

Créativité

Esprit d'investigation

Compétences souhaitées :

Résistance au stress et prise de recul

Diplomatie