



UNE MARQUE
D'AVANCE



Communication
PUBLIQUE



synap



Responsable des publications (Print/Web)

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Communication externe
Communication interne

En entreprise / organisation

Autres appellations : Chargé(e) des publications

Définition du métier

Le responsable des publications est le garant de la ligne éditoriale définie dans le cadre d'une stratégie de communication d'entreprise.

Il pilote, met en forme et contrôle les publications (print et web) réalisées par son équipe pour l'entreprise.

Il est garant du processus rédactionnel, de la qualité rédactionnelle et s'assure du respect de la ligne éditoriale.

Missions

Le responsable des publications effectue un suivi éditorial des publications. Il gère et suit les publications de leur conception à leur diffusion.

Il définit le contenu éditorial d'une publication (ouvrage, rapport d'activités, presse d'entreprise, guides,...), et développe des produits ou des lignes de produits.

Le responsable des publications coordonne le travail des participants (rédacteurs, maquettistes, agences,...) et veille à la cohérence rédactionnelles des publications.

Il assiste les équipes et services dans l'élaboration de leurs produits rédactionnels, et participe aux choix des illustrations.

Il gère le budget et les délais de réalisation.

Il est en charge de la promotion et de la diffusion des produits rédactionnels en concevant éventuellement des plans d'action commerciale et des campagnes promotionnelles.

Enfin, le responsable des publications contrôle les évolutions commerciales du produit et son utilisation, et gère les nouveaux supports de diffusion si nécessaire.

Domaine et périmètre d'intervention

Le responsable des publications est rattaché à la direction de la communication (commerciale ou corporate) et peut être rattaché à une direction marketing ou RH de l'entreprise.

Il est amené à superviser des rédacteurs et webmasters et peut être en relation avec des prestataires externes (agences de communication).

Activités et tâches

Activité 1 : Rédige et veille au respect de la ligne éditoriale

- Tâches :
- Rédige une charte éditoriale.
 - Détermine les cibles visées, les messages clés
 - Définit le rubriquage des supports, ainsi que le calibrage des différents articles
 - Définit les sommaires ainsi que l'angle des articles
 - Est responsable de tous les médias composant le dispositif éditorial (print, web)

Activité 2 : Organise et anime les comités éditoriaux et contrôle le travail effectué

- Tâches :
- Met en place et anime les comités éditoriaux pour chaque support.
 - Réalise les comptes-rendus des comités éditoriaux
 - Choisit les sujets proposés par le comité et décide des supports de publications (print, web)
 - Identifie les sources à l'origine des interviews réalisées
 - Rédige les feuilles d'angle
 - Peut être amené à proposer des sources internes ou externes pour les articles
 - Élabore les interviews
 - Gère et suit la rédaction des articles
 - Est le garant de la bonne validation des textes
 - Contrôle et suit la validation des informations par les sources

Activité 3 : Manage des équipes et les prestataires

- Tâches :
- Répartit le travail entre les membres de son équipe
 - Contrôle et suit le travail effectué afin d'éviter les dérives (temps/budget)
 - Contrôle la qualité
 - Gère le budget et les délais à respecter
 - Gère la relation avec les différents prestataires (agence de communication, imprimeur...)

Activité 4 : Gère le processus de mise en page et la communication liée aux publications

- Tâches :
- Effectue la relecture des publications
 - Gère et suit la mise en page jusqu'au produit final
 - Est garant de la chaîne de fabrication de A à Z
 - Établit une stratégie de communication afin de faire connaître les publications
 - Peut mettre en place des newsletters afin de générer du trafic sur le web

Compétences

SAVOIRS

Bonne connaissance de l'entreprise, ses produits, ses valeurs, son identité, sa cible, ses concurrents, et son environnement

Connaissance de la stratégie de communication de l'entreprise

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

Très bonne connaissance des techniques et outils de communication (oraux, écrits, visuels, multimédias...)

Bonne connaissance des techniques de marketing

Connaissance du droit de la communication (en particulier tout ce qui a trait au droit d'auteur et au droit à l'image)

Excellente maîtrise de la chaîne graphique, des techniques d'édition et de corrections typographiques, ainsi que de l'univers web et des médias sociaux.

Bonnes connaissances en fabrication

Très bon niveau en français : orthographe, typographie, grammaire...

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Avoir d'excellentes capacités rédactionnelles

Capacité à élaborer un diagnostic de communication, des recommandations, des plans de communication globaux

Savoir élaborer et mettre en œuvre un schéma directeur de l'information, à veiller à la bonne application des politiques éditoriales, des messages et des supports

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

Savoir gérer plusieurs dossiers de front

Savoir mettre en place et animer des réseaux

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

Compétences souhaitées :

Capacité à constituer et entretenir un réseau de relations professionnelles externes

SAVOIR-ÊTRE

Ouverture d'esprit

Sens de l'écoute

Bonne compréhension et reformulation des besoins

Curiosité

Bon relationnel

Créativité

Rigueur

Organisation et polyvalence

Sens du management

Esprit de synthèse et de l'organisation

Esprit d'équipe

Capacité de décision