

## REFERENTIEL DE COMPETENCES

### TITRE Niveau I « Directeur / Directrice de la Communication »

Intervenant au plus haut niveau de la hiérarchie, le directeur(trice) de la communication élabore, pilote et supervise la communication interne et externe de l'entreprise ou de l'institution.

*Ses activités se répartissent entre quatre pôles majeurs :*

- l'élaboration d'une stratégie de communication,
- le pilotage et la mise en œuvre de la stratégie de communication,
- le management des équipes internes et externes,
- la gestion de l'image de l'entreprise.

## COMPETENCES COMMUNES ATTESTEES

- **DECIDER** de la politique d'information et de la stratégie de communication à mettre en œuvre au sein de son entreprise ou de l'entreprise cliente en prenant en compte son projet managérial, son diagnostic contextuel et les enjeux macro-économiques, juridiques, voire géostratégiques.

- **METTRE EN ŒUVRE** les stratégies de communication : communication d'influence, de proximité (par exemple au moment de l'achat), personnelle, à distance, interne, interprofessionnelle (B to B) adaptées aux cibles visées, en veillant à la cohérence globale avec la politique et les valeurs de l'entreprise.

- **PRESENTER ET DEFENDRE** son budget de communication auprès de la direction générale de son entreprise ou de son commanditaire en justifiant les dépenses.

- **PILOTER** la répartition du budget en fonction des besoins de chaque entité de l'entreprise et suivre les dépenses pour prendre des mesures correctives en temps réel si nécessaire.

- **PILOTER ET SUPERVISER** la mise en œuvre des plans de communication en y affectant les ressources humaines et logistiques nécessaires pour atteindre les objectifs fixés par la direction générale et le marketing de son entreprise ou du client.

- **REAGIR** en temps réel en cas d'incident dans le déroulement d'une campagne de communication en prenant toutes les mesures adéquates.

- **STIMULER** les équipes pour favoriser la mise en œuvre d'outils numériques de dernière génération et la prise en compte des tendances au fur et à mesure qu'elles émergent.

- **VEILLER** en permanence à la cohérence et au respect de l'image et de l'éthique de l'entreprise véhiculées au travers des messages, supports et événements (showrooms, stands salons, etc.).

- **MANAGER** les équipes de la fonction communication en les fédérant autour de projets communs et en valorisant les compétences de chacun en vue d'assurer le succès de la stratégie de communication et, plus globalement, de la politique de l'entreprise.

- **ENGAGER** l'entreprise auprès des prestataires et suivre l'exécution des contrats de prestations en veillant à préserver les intérêts à long terme de l'entreprise.

*Dans le cadre des relations publiques, être le porte-parole de l'entreprise en toutes circonstances, en diffuser l'éthique et en assurer la représentation.*

- **GERER** une situation de crise en organisant et supervisant les actions spécifiques à mettre en œuvre afin d'en limiter les effets négatifs.

- **S'ASSURER** du développement d'une agence conseil en communication en mettant en place des actions de conquête puis de fidélisation de la clientèle.