

INTITULE DU POSTE : RESPONSABLE COMMUNICATION ET MARKETING

Mission

Le responsable du service communication définit, en concertation avec le directeur général la stratégie globale de l'établissement en matière de communication et met en œuvre des actions de communication vers les différents publics. Responsable de la mise en place de la stratégie de communication de l'établissement sur le Web, il identifie et met en œuvre les moyens nécessaires à la déclinaison de cette stratégie. Sa mission principale consiste à organiser et à concevoir la communication numérique de l'organisation avec ses partenaires internes et externes. Il doit assurer la présence de l'organisation sur Internet en valorisant son identité et son image de marque, en cohérence avec la stratégie de communication globale.

Activités principales

Concevoir et faire valider un plan de communication

Etablir et gérer le budget du service communication

Définir la stratégie et coordonner les opérations de communication digitale

- Participer à la définition des enjeux de la présence de l'établissement sur le web,
- Identifier les demandes du consommateur sur internet (analyse des modes de consommation), étude de la concurrence
- Définir la stratégie marketing sur internet : positionnement de l'entreprise et de son offre web
- Choisir et définir les outils mis en œuvre (marketing direct, publicité, liens sponsorisés, affiliation, marketing viral...)
- Mettre en place un dispositif de veille : identification des sources d'information pertinentes et analyse des données.
- Mettre en œuvre le plan de communication digitale,
- Superviser des campagnes publicitaires en ligne,
- Gérer la stratégie Web éditoriale (newsletters, mini-sites, etc..)
- Rencontrer des partenaires pour la création d'événements ponctuels (concours en ligne, mini-sites, etc...),
- Gérer le budget, le planning et suivre la performance des actions de communication digitale.

Communication offline / online autour du site

- Élaborer et piloter des campagnes de communication offline et online (marketing direct, marketing stratégique, marketing viral)
- Élaborer et piloter des plans d'actions e-marketing (campagnes d'échanges de liens, mots clés sponsorisés, campagnes d'affiliation, publicités en ligne, jeux concours, emailing, comparateurs)
- Animer le site web

Communication externe/Signalétique/Communication institutionnelle et événementielle :

- Rédiger ou participer à la rédaction d'articles et de public-reportages (DIXIT, Fenua Eco...)
- Faire paraître de la publicité et des publi-reportages sur différents supports de la presse écrite, télévisuelle
- Assurer la prise de photos lors des événements, envoyer des rédactionnelles brèves aux médias
- Concevoir tous les supports (cartes de vœux, cartes de visite, affiches, kakemonos, pochettes, badges, rolls-up...) destinés à promouvoir l'image et les actions de la CCISM à l'extérieur (Salons, conférences...)

Événements :

- Gérer la Communication autour des événements de la CCISM (pub, insertion, sponsoring...) – contrôler les communiqués de tous les services de la CCISM avant parution (RV de la CCISM, Made in Fenua, annonces de recrutement, maquettes cartes de visite)

Autres :

- Sélectionner des prestataires Web (agences digitales, ergonomes, éditeurs de logiciels, régies publicitaires, etc...)
- Déterminer et documenter les exigences du site Web avec les prestataires et élaborer le cahier des charges
- Assurer la communication du Président : l'accompagner lors de ses visites, rédiger rapports/ comptes-rendus de missions pour présentation au Bureau notamment
- Faire le bilan de l'activité annuelle du service
- Responsable de la revue de presse/ média (à destination des élus et des agents concernées)
- Négociation fournisseurs, prestataires, partenaires

Peut également être amené à :

- Participer à l'organisation des élections consulaires
- Assurer une représentativité et la visibilité de l'institution en intervenant sur des forums professionnels, lycées...

Affectation : Tahiti

Horaires de travail : lundi au jeudi
7h30/12h – 12h30/16h (15h le vendredi)
Horaires aménagés (ref : note de service)

Compétences spécifiques

- Capacités rédactionnelles, excellent niveau en orthographe
- Maîtrise de Word, Excel, Powerpoint, Outlook, Photoshop et logiciels de montage vidéo
- Maîtrise du fonctionnement des principaux réseaux sociaux version professionnelle (facebook, LinkedIn, Google My business...) et du Back office Drupal
- Formation en Communication et/ou marketing
- Maîtrise de la gestion de projet

Qualités indispensables

- Véhiculer la bonne image de la CCISM : présentation et comportement adaptés
- Sens du relationnel interne (direction, collègues, élus...) et externe (prestataires, fournisseurs, médias/qualité du réseau professionnel)
- Discrétion, professionnalisme
- Autonomie, réactivité, force de proposition
- Capacités de négociation, esprit créatif
- Exactitude, rigueur, efficacité
- Ponctualité, assiduité, grande disponibilité
- Polyvalence, management d'équipe
- Esprit d'équipe, esprit d'entreprise, professionnalisme, culture consulaire

Critères de performance :

- Exactitude dans les informations transmises dont il a la maîtrise
- Image et notoriété de la CCISM
- Qualité et créativité dans la réalisation des documents de communication
- Respect de la charte graphique
- Mise à jour du site Internet, de la page Facebook et d'autres réseaux sociaux.

Positionnement hiérarchique :

