



FICHES MÉTIERS

Fonctions Communication

BRANCHE DES COMMERCES DE GROS

IDCC 0573



Administration - Support



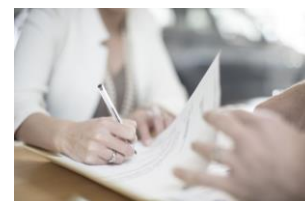
Métier stable

Cette fiche métier présente un large éventail des missions susceptibles d'être exercées par le titulaire du poste, ainsi que les compétences associées dans les entreprises des commerces de gros (CCN 3044). Elle est réservée à un usage d'information sur le métier et ne peut en aucun cas être utilisée comme fiche emploi repère dans le cadre de la classification de la branche.



Édition
2025

OBSERVATOIRE
AKTO



Informations générales

Finalité du métier :

La personne en charge des fonctions de communication assure la promotion de l'image et des offres de l'entreprise en élaborant et mettant en œuvre des stratégies de communication internes et externes. Elle contribue à renforcer la notoriété et la visibilité de l'entreprise, en cohérence avec ses objectifs commerciaux et marketing.

Il / elle est chargé(e) de / d' :

- Définir et piloter la stratégie de communication en fonction des enjeux de l'entreprise.
- Coordonner les actions de communication interne et externe.
- Suivre et analyser l'efficacité des campagnes de communication et proposer des ajustements stratégiques.



Branche :

Commerces de gros



Famille professionnelle :

Administration - Support



Autres appellations :

- Directeur(trice) de communication
- Responsable de communication
- Chargé(e) de communication
- Responsable des relations internes et externes



Correspondances ROME :

- E1109 – Directeur(trice) de communication
- E1112 – Chargé(e) de communication

Relation(s) hiérarchique(s)

Il / elle intervient sous la responsabilité du directeur général.

Activités

- Déployer la stratégie de communication et assurer la cohérence des messages.
- Produire et diffuser les supports de communication sur différents canaux.
- Animer la communication interne et externe.
- Gérer la présence digitale et la e-réputation de l'entreprise.
- Évaluer l'impact des actions et optimiser les campagnes.

Compétences associées aux activités (1/2)

Déployer la stratégie de communication et assurer la cohérence des messages

- Définir les axes stratégiques et les messages clés afin d'aligner la communication avec les objectifs de l'entreprise, en réalisant une veille sur les tendances du marché et les attentes des parties prenantes
- Élaborer un plan de communication multicanal afin d'assurer une diffusion efficace des messages, en sélectionnant les supports adaptés (impression, digital, événements) et en structurant un calendrier éditorial
- Garantir la cohérence de l'image de marque pour renforcer la notoriété et la crédibilité de l'entreprise, en alignant les actions de communication avec la charte graphique et éditoriale

Produire et diffuser les supports de communication sur différents canaux

- Elaborer et rédiger des contenus pour les différents supports afin d'informer et fidéliser les cibles de communication, en utilisant des outils de création graphique et de gestion de contenu
- Superviser la production et la diffusion des supports pour assurer la cohérence et l'impact des messages, en collaborant avec les prestataires et les équipes internes
- Mettre à jour régulièrement les contenus pour garantir leur pertinence et actualité, en effectuant des ajustements selon les retours utilisateurs et l'évolution de l'entreprise

Animer la communication interne et externe

- Structurer et diffuser les informations internes pour assurer une bonne circulation des messages auprès des collaborateurs, en utilisant des outils comme l'intranet, les newsletters et les événements internes
- Gérer les relations presse et les partenariats médiatiques pour renforcer la visibilité et l'image de l'entreprise, en rédigeant des communiqués de presse et en organisant des événements dédiés
- Coordonner les prises de parole officielles afin de garantir une communication homogène et maîtrisée, en préparant les porte-paroles et en anticipant les demandes médiatiques

Gérer la présence digitale et la e-réputation de l'entreprise

- Proposer et animer la stratégie digitale pour optimiser la visibilité et l'engagement en ligne, en publiant du contenu attractif et en surveillant les interactions sur les réseaux sociaux et le site web
- Assurer la gestion et la modération des échanges en ligne afin de préserver l'image de l'entreprise, en suivant de près les retours et en apportant une réponse adaptée
- Optimiser le référencement et la performance des contenus pour maximiser l'audience et l'impact des publications, en utilisant des techniques de SEO, d'analyse de trafic et d'adaptation des formats

Compétences associées aux activités (2/2)

Évaluer l'impact des actions et optimiser les campagnes

- Mesurer la performance des campagnes de communication afin d'évaluer leur efficacité et ajuster les actions futures, en exploitant des indicateurs de suivi (KPIs, statistiques web, enquêtes de satisfaction)
- Rédiger des bilans et émettre des recommandations pour améliorer en continu la stratégie de communication, en présentant des analyses argumentées à la direction et en proposant des optimisations
- Tester et ajuster les formats et messages afin d'optimiser l'impact des communications, en réalisant des A/B tests et en intégrant les retours des différentes parties prenantes



Prérequis

- Un diplôme est souvent nécessaire mais une précédente expérience en communication ou une mobilité interne peut répondre au besoin de l'entreprise en fonction des exigences du poste.
- Une connaissance du domaine d'activité de l'entreprise est souhaitée.

Voies d'accès au métier par la certification

- Exemples de certifications d'accès au métier appréciées par les entreprises :
 - BTS Communication
 - Licence professionnelle en communication, marketing digital, relations publiques
 - Master en communication, stratégie digitale ou relations presse
 - Diplôme d'école de commerce avec spécialisation en communication ou marketing
 - Diplôme d'école spécialisée en communication ou journalisme

Domaines de compétences

Savoirs / Connaissances

- Connaissance des techniques de communication interne et externe
- Bonne culture générale en communication, marketing et médias
- Maîtrise des stratégies de communication digitale et multicanale
- Connaissance des relations publiques, relations presse et gestion de crise
- Bonne compréhension des enjeux RSE et de la communication responsable
- Connaissance des outils d'analyse et de rapport en communication (KPI, SEO, analytique)
- Maîtrise des outils de création de contenus (PAO, CMS, plateformes sociales)
- Connaissance des réglementations en communication et protection des données
- Maîtrise des techniques de rédaction et storytelling
- Anglais professionnel pour la communication internationale

Savoir-faire / Compétences opérationnelles

- Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication adaptée aux objectifs de l'entreprise
- Concevoir et piloter des campagnes de communication sur différents canaux
- Rédiger et produire des contenus pour supports imprimés, web et audiovisuels
- Gérer la présence digitale de l'entreprise et animer les réseaux sociaux
- Superviser la réalisation de supports de communication et la relation avec les prestataires
- Organiser et coordonner des événements internes et externes
- Assurer la gestion des relations presse et partenariats médias
- Définir et analyser les indicateurs de performance des actions de communication
- Anticiper et gérer les crises d'image et de réputation
- Veiller aux tendances du marché et adapter la communication en conséquence

Savoir-être / Compétences comportementales

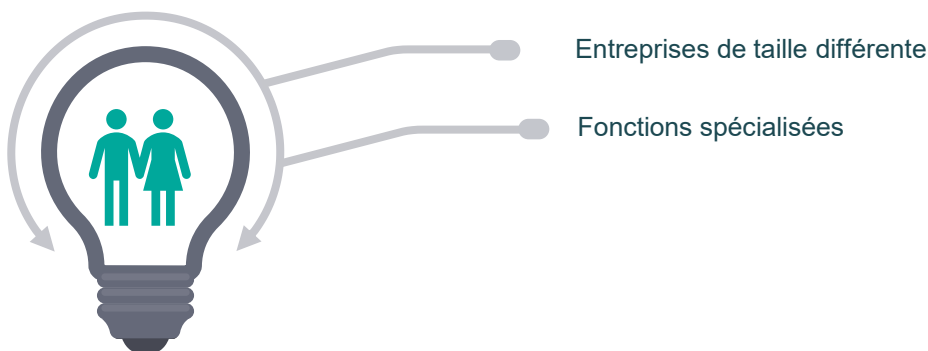
- Créativité et esprit d'innovation
- Excellente aisance relationnelle et capacité à fédérer
- Esprit d'analyse et capacité à synthétiser des informations complexes
- Rigueur et sens de l'organisation
- Agilité et réactivité face aux évolutions des tendances et des outils numériques
- Capacité à travailler en équipe et en transversal avec différents services
- Diplomatie et gestion des interactions avec des interlocuteurs variés
- Sens de l'écoute et capacité d'adaptation aux attentes des publics ciblés
- Capacité à gérer la pression et les situations d'urgence
- Sens de la confidentialité et gestion de l'image de l'entreprise

Conditions d'exercice du métier

- Métier exercé plutôt au sein des grosses entreprises
- Travail majoritairement réalisé sur ordinateur, en bureau ou en télétravail selon les entreprises
- Possibilité de déplacements occasionnels pour participer à des événements, salons ou rencontres
- Nombreuses interactions avec les services internes (direction, marketing, commercial, RH) et des interlocuteurs externes (médias, partenaires, prestataires)

Possibilités d'évolutions professionnelles

- Évolution possible vers des fonctions de managériales dans des entreprises de taille différente
- Spécialisation possible dans certains domaines : communication interne, relations presse, événementiel



Évolutions prospectives

Chiffres clés

Profils des Cadres des relations publiques et de la communication / Assistants de la publicité, des relations publiques ⁽¹⁾

Salariés en 2022



~ 3 000

Part des salariées femmes en 2022



70 %

(1) Données Insee - Base Tous Salariés 2022

Evolution des fonctions de communication



Métier stable

Principaux facteurs d'évolution et impacts sur les métiers



TRANSITION ECOLOGIQUE

- Intégration des enjeux RSE dans la stratégie de communication et promotion des engagements environnementaux.
- Développement de supports éco-responsables et réduction de l'empreinte carbone des campagnes.



TRANSITION NUMÉRIQUE

- Renforcement de la communication digitale et montée en puissance des stratégies omnicanales.
- Exploitation accrue des données pour personnaliser les messages et mesurer l'impact des campagnes.



TRANSITION ÉCONOMIQUE

- Optimisation des budgets de communication avec une recherche d'efficacité et de rentabilité accrue.
- Adaptation des stratégies face aux évolutions du marché et aux nouvelles attentes des consommateurs.



TRANSITION SOCIALE

- Évolution des formats et des canaux de communication pour répondre aux nouvelles habitudes de consommation de l'information.
- Renforcement de la communication interne pour accompagner les transformations organisationnelles.