

# Responsable de la communication DF

## Responsable de la communication DF

Marketing

En tant que responsable de la communication diplômé, vous concevez, planifiez et réalisez des campagnes publicitaires pour les produits et services d'entreprises publiques ou privées. En étroite collaboration avec la direction et le département marketing, vous définissez les stratégies de communication pour atteindre les publics cibles visés. Vous assurez la réalisation des messages promotionnels et leur diffusion, en choisissant les médias et supports à privilégier (presse, TV, multimédia, événementiel).

## Tâches



Leurs principales activités consistent à:

### Analyse du marché

- réunir des informations sur la situation de l'entreprise: ses activités et produits, ses partenaires, ses concurrents, etc.;
- faire réaliser une étude de marché pour cerner les caractéristiques détaillées des cibles et connaître leurs attentes et leurs besoins;
- analyser les données recueillies et élaborer, aux côtés de la direction et du département marketing, une planification média complète correspondant aux objectifs;

### Conception de projets

- définir l'identité complète du produit ou du service ainsi que les déclinaisons; déterminer quelles valeurs et qualités seront associées à son image, puis communiquées vers les groupes cibles;
- planifier une stratégie de communication en tenant compte du public cible, de l'environnement du marché et de critères géographiques;
- sélectionner et utiliser des instruments de communication adaptés aux objectifs fixés (p.ex. annonces publicitaires, sponsoring, événements, marketing direct, etc.);
- établir un budget pour l'ensemble des moyens mis en œuvre (coût de diffusion, production, événementiel, etc.);

### Coordination de la production

- planifier la réalisation des médias classiques (imprimés, TV, radio) ou des multimédias (Internet, Intranet, Extranet);
- coordonner et superviser le travail des équipes de création et de production ou des collaborateurs externes: photographes, graphistes, rédacteurs, etc.;
- veiller au respect des délais et des budgets alloués;
- contrôler la chronologie et la cadence de diffusion;

- évaluer l'impact de la campagne publicitaire: recueillir les réactions du public et des médias et les analyser afin de modifier, au besoin, la stratégie commerciale adoptée et son message.

## Environnement de travail

En tant que responsable de la communication, vous travaillez dans des entreprises, des institutions, des organisations ou dans des agences de communication. Vos fonctions et vos conditions de travail varient en fonction de la taille de l'entreprise et du budget alloué à la communication. Dans les grandes sociétés, vous travaillez au sein d'un département de marketing ou de publicité et êtes épaulé par une équipe composée de spécialistes en communication, spécialistes en marketing, etc. Dans une petite structure, vous jouez un rôle très polyvalent; l'investissement y est plus conséquent. Vos horaires de travail sont réguliers quoique chargés par moments, notamment lors du lancement d'une campagne importante.

L'industrie de la communication et de la publicité vit au rythme de l'économie. Le marché des produits et services est en perpétuelle évolution. De ce fait, vous devez faire preuve d'une grande flexibilité et sans cesse vous renouveler. Vous êtes exposé à une forte pression pour atteindre vos objectifs.

## Qualités requises et intérêts

### Qualités requises

- Aptitude à diriger et gérer une équipe
- Aptitude à négocier
- Esprit de décision
- Facilité pour les langues
- Résistance au stress
- Sens commercial
- Sens de la communication

## Formation

Cette formation est généralement modulaire et s'acquiert en emploi. Les conditions d'admission à l'examen figurent dans le règlement du SEFRI.

### Offre d'études

---

## Formations continues

L'industrie de la communication et de la publicité vit au rythme de l'économie. Le marché des produits et services est en perpétuelle évolution. De ce fait, les responsables de la communication doivent faire preuve d'une grande flexibilité et sans cesse se renouveler. Ils sont exposés à une forte pression pour atteindre leurs objectifs.

## Perfectionnement

Les responsables de la communication peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue portant sur des aspects liés à la communication, l'économie, la publicité, l'e-commerce, les services et le marketing proposés par les organisations du monde du travail et différentes institutions de formation publiques ou privées;
- Bachelor of Science HES en Business Communication, 8 semestres à temps partiel, Zurich;
- Certificate of Advanced Studies (CAS) en communication et coaching, 5 mois en emploi, Yverdon-les-Bains;
- Diploma of Advanced Studies (DAS) en management de la communication, 10 mois en emploi, Fribourg;
- etc.

Pour plus de détails, consulter [www.orientation.ch/perfectionnement](http://www.orientation.ch/perfectionnement)

[BASE\\_URL/http://www.orientation.ch/perfectionnement](http://www.orientation.ch/perfectionnement)

et [www.orientation.ch/postgrades](http://www.orientation.ch/postgrades)

[BASE\\_URL/http://www.orientation.ch/postgrades](http://www.orientation.ch/postgrades)

.

## Professions voisines

## Autre information

Numéro Swissdoc

## Liens utiles

[Communication Suisse \(KS/CS\)](http://www.ks-cs.ch)

[https://www.ks-cs.ch](http://www.ks-cs.ch)

## **Bases legales**

<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/show/56498?lang=fr>