



## FONCTIONS SUPPORT

Communication



**leem**  
les entreprises  
du médicament

# Chargé(e) de communication interne

Le/la chargé(e) de communication interne a pour mission de relayer la stratégie de l'entreprise auprès de ses salarié(e)s, d'accompagner le changement et de promouvoir en interne l'image et les valeurs de l'entreprise.



### Profil de recrutement :

Le poste de chargé(e) de communication interne constitue un poste tremplin, accessible aux jeunes diplômé(e)s. Après trois à quatre ans d'expérience, les chargé(e)s de communication interne peuvent évoluer vers un poste de responsable de la communication.



### Formations

#### Parcours recommandés :

- Formation supérieure en écoles spécialisées en communication (Celsa, École supérieure de la communication...)
- Formation supérieure généraliste de type IEP ou écoles de commerce avec idéalement une spécialisation en marketing communication
- Formation supérieure universitaire de niveau Bac +2 (DUT, licence...) à Bac +4 (master...) en langues, lettres, arts, sciences humaines... avec une spécialisation en communication (Master spécialisé, master 2...) ou en communication RH

Pour aller plus loin : <https://imfis.fr>



### Passerelles métier :

- Responsable ou directeur/trice de la communication
- Consultant(e) en communication
- Chargé(e) marketing selon la formation initiale et la typologie de l'entreprise
- Chargé(e) de projet RH

Pour aller plus loin :

[www.macarrieredanslapharma.org](http://www.macarrieredanslapharma.org)



### Autres appellations :

- Responsable de communication interne
- Chargé(e) de communication interne et intranet
- Chargé(e) de communication RH
- Internal communication officer

## ACTIVITÉS

### Cadrage et suivi du plan de communication interne

- Déploiement en interne du plan de communication global de l'entreprise en lien avec le/la directeur/trice de la communication
- Conseil auprès de la direction générale de l'entreprise sur l'accompagnement du déploiement de projets de changement, ou la mise en œuvre d'une communication de crise (définition des process de validation, des délais de réaction...)
- Fixation des grands axes de communication sociale (formation, culture d'entreprise...) en collaboration avec la direction des ressources humaines et les directions fonctionnelles (marketing, commerciale...)
- Définition des cibles des actions de communication, proposition sur le choix des messages et les moyens de diffusion
- Etablissement d'une veille sur les réalisations et les best practices mises en œuvre au sein d'autres entreprises

### Élaboration du contenu, des supports et des outils de communication interne

- Coordination et participation à la rédaction du journal interne de l'entreprise (mensuel, bimestriel...)
- Information des salarié(e)s sur l'actualité quotidienne de l'entreprise et de son environnement par des revues de presse ou des supports « flashes » (mailing, newsletters, courrier interne...)
- Animation au quotidien du contenu du site intranet de l'entreprise (mise en ligne de reportages, vidéos, photos, rubriques...) et proposition sur les évolutions (fonctionnalités, ergonomie...) auprès du/de la directeur/trice de la communication
- Réalisation des interviews auprès des différentes catégories de personnel et de reportages thématiques, afin de valoriser les métiers et les réalisations internes
- Conception de nouveaux supports de communication interne (plaquettes, brochures, « goodies »...)
- Supervision des phases de conception et de fabrication des différents supports on et off line, en pilotant les prestataires externes (agences de communication, agences digitales, imprimeurs...)
- Conception des indicateurs permettant d'informer sur l'évolution du climat social de l'entreprise (baromètre de climat interne, enquêtes de satisfaction, études thématiques...)

# Chargé(e) de communication interne



## Organisation de l'évènementiel interne en support des départements

- Programmation et réalisation de la communication en amont (affiches, invitations...) et en aval des opérations (remerciements, synthèses, campagnes d'information...)
- Conception des manifestations (soirées de gala, voyages, séminaires...) relatives à des moments particuliers de la vie de l'entreprise (date anniversaire, fusion-rapprochement, période de crise, assemblée générale...)
- Supervision de la réalisation de conventions annuelles permettant de démultiplier le projet d'entreprise à ses différents niveaux (direction générale, management intermédiaire...)
- Recherche de concepts et de lieux innovants en lien avec les agences et les prestataires chargés de réaliser les évènements



## COMPÉTENCES CLÉS

### ←|→ Transverses

- Être diplomate
- Être à l'écoute et adaptable
- Faire preuve de créativité et d'innovation pour trouver des arguments percutants et/ou de nouveaux concepts
- Être dynamique et enthousiaste, être capable d'animer et fédérer des acteurs variés
- Être organisé(e), avoir le sens des priorités
- Avoir le sens du service et du résultat
- Manager une équipe en fonctionnel et/ou en hiérarchique



### Métier

- Connaître le fonctionnement de l'entreprise (formel et informel) et de ses activités (cœur de métier...)
- Maîtriser les différentes techniques de rédaction et de présentation de documents (style journalistique, écriture web...)
- Maîtriser les principaux logiciels bureautiques (Pack Office, Suite Open Office...) et les outils de publication en ligne
- Savoir gérer un budget
- Connaître les logiciels de PAO (QuarkXPress...) et de retouche photo (Photoshop, InDesign, Illustrator...)
- Avoir une bonne culture des différents procédés de fabrication (chemin de fer, reproduction, reprographie...) afin de contrôler la qualité des réalisations (brochures, plaquettes...) et de tenir les délais de production
- Maîtriser les principaux langages de programmation utilisés sur le web (HTML, DHTML, XML...)
- Maîtriser l'anglais, et le cas échéant une autre langue étrangère selon les implantations de l'entreprise

Depuis quelques années, et plus encore depuis la généralisation du travail hybride, la communication interne prend une dimension plus stratégique.

Les activités du / de la chargé(e) de communication interne se sont enrichies, avec notamment le développement des politiques RH de marque employeur ou de QVT... Les collaborateurs/trices de l'entreprise peuvent être ainsi être encouragés à jouer un rôle d'ambassadeurs/rices dans le développement de la e-réputation de l'entreprise, dans un rôle de soutien et de relai des actions de communication de l'entreprise, qui se doit d'être porté.

Les technologies de l'information contribuent elles aussi à l'évolution du métier vers des modes de communication plus interactifs et collaboratifs. Cela implique une collaboration plus étroite avec les métiers IT pour proposer et mettre en place les supports et les canaux de diffusion les plus pertinents.

Le/la chargé(e) de communication interne exerce également une veille sur les solutions et outils de communication. Il/elle accompagne l'ensemble des directions fonctionnelles de l'entreprise afin de valoriser les projets mis en œuvre.

Comme pour l'ensemble des fonctions support, une évolution vers une posture orientée « business partner » est perceptible sur ce poste. Ceci suppose un rapprochement avec les métiers, ainsi qu'une bonne connaissance de l'écosystème de l'entreprise, de ses activités et des enjeux business.

