

Exemple de Missions					
Commerce					
Créer un argumentaire, de vente, de négociation d'un produit, d'un service	Réaliser une étude de marché sur un produit/ un service		Organiser le lancement d'un nouveau produit / service	Réaliser une enquête de satisfaction clients	
Créer un fichier clients	Réaliser une étude de zone de chalandise	Réaliser une matrice SWOT de la structure	Réaliser une étude benchmark des concurrents	Réaliser un programme de satisfaction clients	
Ressources Humaines / Responsabilité Sociale de l'Entreprise					
Créer un KIT outils Ressources Humaines (entretiens obligatoires...)		Mettre en place un partenariat sourcing avec des écoles	Créer une marque employeur	Réaliser une matrice des compétences	Créer des fiches de postes
Créer un processus d'intégration	Créer une charte du télétravail	Créer une charte égalité professionnelle femmes/hommes	Créer un guide du travail à distance : développement du management à distance		Créer un projet ou améliorer la démarche de Qualité de Vie au Travail
Environnement					
Créer un processus de tri des déchets		Mettre en œuvre la dématérialisation des documents de la structure, d'un service		Créer un guide de bonnes pratiques en termes de développement durable	
Sécurité					
Etablir un Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels			Créer un protocole COVID		
Comptabilité / Gestion					
Créer des tableaux de bord	Répondre à un appel d'offres fournisseurs	Réaliser une étude de rentabilité de la structure, du service	Rédiger un cahier des charges	Réaliser un inventaire et organiser les ressources internes (plateforme interne d'archivage)	
Communication-marketing					
Créer la vidéo institutionnelle (mise en avant de l'entreprise, de ses produits ou services)		Développer les outils de communications digitaux (site web, réseaux sociaux, e-mailing)		Organiser les événements internes et externes (salons, portes ouvertes séminaires, assemblées générales)	
Développement de L'e-marketing de la structure	Organiser le lancement d'un nouveau produit / service		Créer la charte graphique de l'entreprise	Elaborer une stratégie de communication	
Réaliser une étude de marché sur un produit/ un service		Réaliser une matrice SWOT de la structure	Réaliser une étude benchmark des concurrents		

Exemples détaillés de missions :

- **Créer un projet ou améliorer la démarche de Qualité de Vie au Travail**

Mise en projet d'une démarche/projet "bien être au travail"

Contextes d'entreprises & objectifs :

1- L'entreprise X fait face à une augmentation des arrêts maladies (ou turn-over) depuis plus d'un an et souhaite mettre en place un plan de "bien être au travail" pour améliorer l'engagement et la motivation de ses salariés

2- L'entreprise Y souffre d'une image vieillissante vis à vis de l'extérieur et peine à recruter, elle souhaite mettre en place une démarche de QVT pour attirer de nouveaux talents, notamment des jeunes, sensibles à cette notion de QVT

3- L'association Z fait face à des salariés en burn-out et souhaite anticiper d'éventuels accidents du travail en mettant en place une démarche pour limiter les risques psycho sociaux

4- L'entreprise B a récemment constaté une baisse de sa production, pour y faire face elle souhaite mettre en place une démarche d'amélioration des conditions de travail pour harmoniser les compétences de ses salariés et ainsi gagner en rentabilité.

Missions :

Phase préparatoire :

- audit de la QVT, réalisation d'un questionnaire /baromètre social par catégories d'actions :
 - Environnement matériel (bureaux, salles de pauses, parking)
 - Environnement social (ambiance entre collègues)
 - Conditions de travail (niveau de stress, horaires,
 - Conditions du poste (fiche de poste, objectifs annuels,
 - Environnement managérial

- Entretiens collectifs, individuels,

Phase d'analyse des résultats et élaboration du plan d'actions :

- synthèse de résultats et mise en place d'un plan d'actions par
 - catégories (cf ci-dessus)
 - zone géographiques (permet de déceler si les "problèmes" sont localisés)
 - métiers
- Communication des résultats de l'enquête (positifs et négatifs, et présentation d'un plan d'actions aux salariés).
- (intervention de la CSSCT du CSE, ou présentation dans le cadre des points Hygiène et Sécurité (4 / an).
- rétro planning avec définition
 - des objectifs,
 - des indicateurs de suivi et de "performance",
 - des acteurs (dont les salariés?)
 - du budget
 - des jalons

Exemples d'actions concrètes :

- Formations / ateliers d'échanges de pratiques
- Boîte à idées
- Elaboration d'une charte des bonnes pratiques de management (respect des horaires, communication, sensibiliser au burn-out,
- Elaboration d'une charte et d'une infographie avec les "bonnes pratiques entre collègues"

- Dans le cadre d'un accord d'entreprise : avantages jeunes parents (congés, horaires décalés), avantages
- Amélioration des conditions matérielles (organisation des bureaux, espaces de pause, etc)
- Organisation du temps de travail : horaires libres,
- Intégration des salariés : mettre en place un processus d'intégration, avec des entretiens à 3 mois et 6 mois d'ancienneté, des événements pour se retrouver entre collègues,
- Recruter un "happy manager", ou déléguer cette mission à un salarié déjà présent
- mettre en place des "vis à vis" pour mieux connaître le travail de ses collègues

Profil :

- gestion de projet : organisation des étapes, suivi
- rh et communication
- prise de parole et capable de fédérer
- vision transverse

▪ **Créer un guide de bonnes pratiques en termes de développement durable**

L'imprimerie FEUILLE VOLANTE a besoin d'améliorer sa démarche de développement durable et souhaite réaliser un guide des bonnes pratiques.

Hélène va aider l'entreprise dans cette démarche. Elle va conduire le projet de cette façon :

1) Mise en place d'une démarche de diagnostic en réalisant des entretiens semi-directifs auprès de quelques salariés de l'entreprise et représentant différents statuts dans l'entreprise (cadres, agents de maîtrise, employés). Les entretiens porteront sur les 3 piliers principaux du développement durable :

- Economique (ex : emplois durables, égalité, économie circulaire, réseau de partenaires local...)
- Environnemental (ex : gaspillage de certaines ressources, recyclage...)
- Social (ex : lutte contre l'exclusion, commerce équitable, accessibilité...)

Les personnes interrogées devront s'exprimer sur ces thèmes afin d'identifier les pratiques actuelles et les axes d'amélioration. Ces entretiens seront complétés par une analyse plus globale du fonctionnement de l'entreprise en lien avec les services supports (comptable/gestion...) et la direction, ceci afin de quantifier les coûts de certaines pratiques (ex : importation, gaspillage...).

2) Mise en place de groupes projets sur la base du bénévolat. 3 petits groupes seront créés pour chacun travailler sur un thème. Pour chaque thème, la liste des pratiques actuelles est définie et pour chaque pratique, une recherche de solutions alternatives est amorcée ainsi qu'une définition, pour chaque solution, des gains en termes financiers, sociaux... Ces groupes projets se réuniront plusieurs fois afin d'aboutir à une liste de propositions.

3) Choix des propositions. Hélène va organiser un vote pour que, dans chaque thème, un certain nombre de propositions soient retenues par les salariés. Cela permettra la participation de chaque salarié.

4) Écriture du guide des bonnes pratiques. Le guide des bonnes pratiques est rédigé suite au choix des propositions. Il référence les actions quotidiennes que tout salarié peut réaliser. Une communication a lieu et Hélène doit en choisir les modalités (quel support de communication, quel

type de communication...). Chaque salarié est amené à prendre connaissance du guide des bonnes pratiques et à le signer.

5) Mise en place d'un plan d'action pour les mesures plus difficiles à mettre en place. Un plan d'actions, par paliers, est élaboré et une personne ressources est désignée pour chaque action à mettre en place. Des « fiches actions » sont construites pour chacune de ces mesures.

Au sein de l'entreprise FEUILLE VOLANTE, Hélène aura permis de mettre en place les mesures suivantes :

- Remplacement des néons par des ampoules à économie d'énergie
- Formation des équipes au tri des déchets
- 50 % des papiers imprimés éco-sourcés (certifiés PEFC™ ou FSC®, recyclés)
- Choix d'une encre à base végétale
- Partenariat avec une entreprise locale pour l'enlevage et recyclage des solvants, chiffons...
- Partenariat avec un chantier d'insertion pour le recyclage du papier
- Remplacement d'une presse permettant une consommation diminuée de 30 % d'énergie

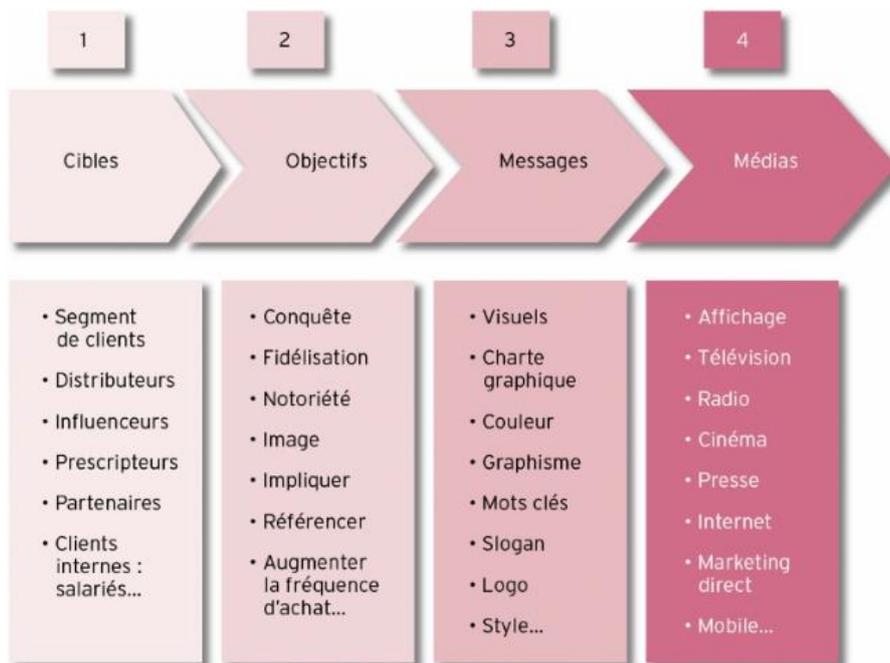
Et en termes de profils :

- Licence professionnelle Métiers de la protection et de la gestion de l'environnement
 - Master, un MS ou un MBA en RSE / Économie Sociale et Solidaire
 - Master 2 Management de la RSE
 - Ou tout autre profil formé à la conduite de projet ou conduite du changement
- **Elaborer une stratégie de communication**

Stratégie de communication

Missions :

1. L'analyse du marché (veille, matrice SWOT, benchmark, positionnement, zone de chalandise)
2. La définition d'objectifs – (SMARTe)
3. Le choix du public cible – (cœur de cible et cible générale)
4. La conception de l'axe de communication et des messages à diffuser (promesse, bénéfice, ton)
5. L'élaboration du Plan de communication : (médias > canaux > supports de com > retroplanning)
6. La finalisation du budget : chiffrage des moyens financiers pour mener les actions.
7. Reporting et suivi des actions menées (ROI, KPI's)



Profils métiers :

- **CHARGÉ(E) DE RELATION PUBLIQUE**

Le chargé des relations publiques a pour vocation de soigner l'image de son entreprise. Ses campagnes ciblent notamment les clients, les actionnaires, les fournisseurs et les influenceurs. Pour établir la stratégie de communication, il analyse le public cible et la concurrence, et recherche les outils de communication appropriés.

- **RESPONSABLE COMMUNICATION**

Être responsable communication consiste à élaborer et à mettre en œuvre des actions pour valoriser l'image de l'entreprise. Ce métier requiert un excellent sens relationnel et une bonne organisation pour concevoir la stratégie de communication en interne et utiliser les supports de communication promouvant les valeurs de l'entreprise en externe.

- **RESPONSABLE MARKETING DIGITAL**

Le responsable marketing digital recherche au quotidien les techniques pour améliorer la notoriété de son entreprise. Il soigne l'image de la marque et trouve la meilleure stratégie pour augmenter les ventes en ligne

- **PLANNEUR STRATÉGIQUE**

Basé sur l'imagination et la créativité, le métier du planneur stratégique est orienté sur la recherche de stratégies de communication adaptées pour lancer une marque ou un produit.

- **CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION DIGITALE**

Le chargé de communication digitale fait l'interface entre l'entreprise et l'écosystème web (audiences, cibles, collaborateurs). Il dispose de plusieurs supports pour relayer l'image de l'entreprise en interne comme à l'extérieur : web, intranet, réseaux sociaux, e-boutiques, influenceurs, relations presse, etc.

- **CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION EXTERNE**

Sous la responsabilité du directeur de la communication, le chargé de communication externe participe au déploiement de la stratégie de communication d'une entreprise. Il crée et anime les outils destinés à promouvoir l'image de l'entreprise tels que les brochures, les campagnes de publicité, parfois les sites web, etc.

- **BRAND CONTENT MANAGER**

Le brand content manager se charge de la communication numérique et éditoriale d'une entreprise, d'une marque, d'un produit ou d'un service. Son objectif est de tisser un lien durable entre la marque et ses cibles. Il produit des textes, images, vidéos et tout autre contenu destinés à être diffusés sur différents supports numériques.

Métiers opérationnels au service de la stratégie de communication :

SOCIAL MÉDIA MANAGER : personne chargée de lancer une marque et d'en faire la publicité principalement sur les réseaux sociaux.

COMMUNITY MANAGER : assure la présence d'une marque ou d'une entreprise sur les réseaux sociaux en fédérant autour d'elle une communauté d'internautes

RÉDACTEUR WEB : rédige des contenus de qualité à destination des entreprises, en démontrant un excellent niveau d'écriture optimisée SEO et de grandes capacités de synthèse.

CONCEPTEUR RÉDACTEUR : imagine et crée des slogans ou des textes publicitaires. Il déborde d'inventivité pour proposer des messages attrayants.

WEBMASTER : créer et fait vivre un site internet

CHEF DE PUB : élabore et met en œuvre des actions de communication publicitaire efficaces. Ce métier requiert une bonne connaissance des supports publicitaires et des techniques de marketing.

CHEF DE PRODUIT : figure parmi les forces de vente d'une entreprise commerciale. Il définit la stratégie marketing d'un produit, analyse ses résultats de vente, étudie la concurrence et coordonne les plans d'actions.

CHARGÉ(E) DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL : supervise de A à Z les manifestations qu'il organise. Conventions, assemblées annuelles, colloques, inaugurations, etc.

GRAPHISTE / INFOGRAPHISTE : manie les textes et les images pour composer un message clair et traduire la charte graphique de l'entreprise sur les outils de communication

Études et diplômes :

- BTS Communication des entreprises (BAC+2)
- DUT Information & Communication
- Bachelor Communication (BAC+3)
- Licence Info-Com (BAC+3)
- Licence professionnelle de spécialisation (web, graphisme, digital marketing, événementiel etc.)
- Master en communication (BAC+5)
- Titre professionnel « Manager de la Communication Globale » (BAC+5)

Soft-skills :

- Talent stratégique
- Sens de l'écoute et du contact
- Curiosité et ouverture d'esprit
- Créativité & innovation
- Aisance à l'oral, qualités rédactionnelles
- Organisation, rigueur, disponibilité et curiosité
- Ouverture d'esprit
- Force de persuasion
- Capacité à manager des équipes, des prestataires

Compétences techniques :

- Maîtrise des différentes étapes d'une stratégie de communication
- Excellente connaissance des différents médias et outils de mesure (études quantitatives, qualitatives, baromètres d'opinions...)
- Maîtrise des NTIC (Nouvelles Technologies d'Information et de communication)