



Fiche métier : Chargé de communication Web

Chargé de communication numérique, Chargé de communication interactive, Chargé de communication digitale

Le chargé de communication Web oeuvre à la promotion et à la valorisation de l'organisation (entreprise, administration,...) et de son offre ou de ses services sur Internet. Responsable de la mise en place de la stratégie de communication de l'organisation sur le Web, il identifie et met en oeuvre les moyens nécessaires à la déclinaison de cette stratégie. Il est amené à travailler en collaboration avec le webmestre, le webmarketeur, ainsi qu'avec le comité de direction. Le chargé de communication Web exerce principalement dans de grandes entreprises.

Présentation

Véritable interface entre l'organisation et son environnement Web, le chargé de communication Web diffuse les messages sur Internet et relaie en interne les commentaires et attentes des internautes. Grâce à son expertise, il joue également un rôle d'interface entre les différents prestataires Web de l'organisation : agences de communication, cabinets de mesure d'audience, régies publicitaires, etc.

Il est amené à jouer un rôle d'accompagnement et de conseil auprès de la direction et des différents services de l'organisation et propose des solutions en matière de communication numérique en vue d'optimiser l'utilisation des nouvelles technologies et des nouveaux médias.

Missions

La mission principale du chargé de communication Web 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.

Il est également impliqué dans :

- La stratégie d'e-mailing ;
- La stratégie e-marketing et marketing client sur Internet (e-CRM pour Customer Relationship Management) ;
- Les actions de référencement et de positionnement.

Domaines et périmètre d'intervention

Selon la taille de l'organisation et la mission qui lui est confiée, le chargé de communication Web peut intervenir à l'aide de différents outils sur la stratégie de communication interne et/ou externe :

- la communication interne destinée au personnel (intranet, blog et/ou réseau social d'entreprise...)
 - la communication externe destinée à la presse, aux partenaires et au grand public (site Web, espaces publicitaires sur internet, des profils sur les réseaux sociaux...)

Pour cela, il élabore la stratégie de communication, prépare le contenu de la communication et développe le réseau de l'organisation via un intranet et/ou Internet. Il peut aussi avoir un rôle de conseiller et offrir un appui technique aux



services internes dans leurs actions de communication.

Activités et tâches

Activités 1

Définition de la stratégie de communication digitale

Tâches

- Participer à la définition des enjeux de la présence de l'organisation sur le Web ;
- Identifier les projets Internet et les priorités de lancement (création, refonte ou évolution des sites) ;
- Identifier les besoins de l'organisation et ceux des utilisateurs ;
- Concevoir le plan de communication numérique ;
- Adapter l'image de marque sur Internet ;
- Négocier le budget auprès de la direction.

Activités 2

Coordination des opérations de communication digitale

Tâches

- Mettre en oeuvre le plan de communication digitale ;
- Gérer et répartir les équipes et la charge de travail entre les ressources ;
- Acheter des espaces publicitaires pour la promotion sur Internet ;
- Mettre en place des programme d'affiliation et de partenariats ;
- 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.

Activités 3

Gestion la relation avec les prestataires Web

Tâches

- Lister les prestataires Web et leur demander des devis ;
- 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 ;
- Superviser les prestataires et suivre les productions créatives ;
- Contrôler le budget et le cahier des charges ;
- Vérifier l'obtention d'un résultat optimal et conforme au cahier des charges.

Activités 4

Proposition d'améliorations et veille technologique

Tâches

- Organiser la formation des personnels à l'usage des technologies numériques en interne ;



- Recruter, former et gérer des ressources internes (community managers, rédacteurs Web, graphistes, etc.) ;
- Déterminer les besoins logiciels et matériels ;
- Effectuer une veille technologique et concurrentielle ;
- Participer à l'échange des « best practices », des conférences, des ateliers ;
- Sélectionner des évolutions technologiques ;
- Présenter le bilan des actions à la direction ;
- Proposer des recommandations pour améliorer le plan de communication digitale.

Activités 5

Analyse et mesure d'audience et de trafic

Tâches

Activités 6

Tâches

Compétences

Savoirs

- Connaissance de l'organisation, de ses activités, de sa culture ;
 - Très bonne connaissance des différents outils de communication numérique (caractéristiques et avantages) ;
 - Bonne connaissance des principes du référencement et de la terminologie utilisée dans l'entreprise ;
 - Connaissance des principes et usages du Web ;
 - Pratique d'une ou plusieurs langues étrangères, notamment une très bonne maîtrise de l'anglais.

Savoir faire

- Maîtrise du processus d'élaboration, de la mise en oeuvre et du suivi d'un plan de communication numérique ;
- Maîtrise des techniques de collecte de données afin de recueillir du contenu actualisé relatif à la vie de l'organisation dans un but de diffusion (exemples : pratique du « Story Telling », tenue d'un blog) ;
- Maîtrise des techniques de veille technologique et concurrentielle ;
- Maîtrise de la gestion de projet ;
- Maîtrise des principes de gestion financière ;
 - Capacité à mettre en oeuvre les actions de communication numérique en assurant un contact efficace avec les prestataires et les interlocuteurs de l'organisation (internes, externes), les médias et les acteurs du Web (société civile, organismes de régulation, gouvernements).

Savoir être

Rigueur

Méthode



Sens de l'organisation

Respect des délais

Adaptabilité :

- Pragmatisme
- Aptitude à la négociation
- Autonomie

Réactivité, gestion de l'urgence :

- Capacité à travailler dans l'urgence
- Qualités d'analyse et de synthèse

Ouverture aux autres :

- Qualités relationnelles
- Sens de la communication
- Sens du contact
- Sens de l'écoute
- Goût pour le travail en équipe

Intérêt pour l'innovation :

- Curiosité
- Intérêt pour les nouvelles technologies
- Créativité, innovation

Cette fiche métier est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 2.0 France.

Dernière mise à jour : 3 février 2012.

Contributeurs

- Délégation aux usages de l'Internet - février 2012
 - CELSA - École des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Université Paris IV-Sorbonne et Ecole des Mines d'Alès - MASTER 2 Professionnel Communication et Technologies Numériques :



J.VIEL - mars 2011

· CELSA - École des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Université Paris IV-Sorbonne - MASTER 2 Professionnel Ressources Humaines et Communication : Clémence CHERUY - mars 2011