

CHARGÉ DE COMMUNICATION EN AGENCE

Les tâches quotidiennes?

Il n'y a pas vraiment de journée type dans mon métier. Mes tâches quotidiennes sont les suivantes: consulter mes emails, y répondre, effectuer de la veille et monitoring en ligne, créer des contenus et programmer de posts pour les réseaux sociaux. Je me charge aussi de la création de supports de communication et de la gestion des demandes clients. Dans une journée, il faut également prévoir du temps pour intégrer les nouvelles idées et les nouveaux projets à développer.

Les qualités essentielles?

Un bon chargé de communication doit être proactif, curieux, touche à tout et bien sûr organisé.

Ce qui vous motive?

Je ne sais jamais de quoi ma journée sera faite. C'est un tableau blanc, à moi de le créer. J'adore ce que je fais, car j'ai une totale liberté pour développer la communication à la fois print et en ligne.

Un conseil aux étudiants?

C'est un métier passionnant, très vaste, mais qui demande d'être très organisé. Je conseillerais aux étudiants souhaitant exercer ce métier d'être curieux, de connaître les outils qui vont pouvoir leur faire gagner du temps au quotidien et structurer leur travail. Il faut aussi toujours rester informé de l'actualité en général mais aussi en ce qui concerne les innovations, etc.



Anaïs Rivas

Diplômée de Medi@Lab en 2016

Chargée de communication chez Ikou,
agence de coaching événementielle

Le chargé de communication en agence met en place des projets de communication destinés à des clients variés. C'est lui qui assure le lien entre ceux-ci et les divers professionnels avec lesquels ils seront amenés à collaborer (tels que les graphistes, web designers, imprimeurs, etc.). Il doit identifier les besoins et les valeurs de l'entreprise de son client, puis proposer un plan de communication qui soit cohérent avec l'objectif fixé. Il est en charge de définir la stratégie qui sera adoptée, négocier le budget et le cahier des charges. Il s'occupe de proposer les actions de communication qui seront mises en place. Il est ainsi amené à conseiller le client, gérer la réalisation de supports écrits, oraux ou audiovisuels et assurer le suivi du projet. Une fois le projet terminé, le chargé de communication effectue l'évaluation des résultats et mesure l'efficacité des actions entreprises. Les agences de communication peuvent se spécialiser dans des domaines tels que la santé ou l'événementiel et feront donc appel des connaissances diverses.