

DIRECTEUR (TRICE) COMMUNICATION

1. POSITION HIERARCHIQUE

- Supérieur hiérarchique (n+1) : Présidence
- Dépendants directs :
 - Chef de service de la communication institutionnelle
 - Chef de service du marketing opérationnel

2. MISSION

Concevoir et mettre en œuvre les stratégies de communication interne et externe ainsi que la stratégie marketing de la Fondation à la lumière de sa stratégie globale.

Au niveau opérationnel

- Définir le budget des actions de communication et de marketing ;
- Fixer les objectifs et les indicateurs de réalisation ;
- Prospecter et référencer les prestataires et partenaires ;
- Planifier et suivre l'exécution des actions de communication ;
- Contribuer à la création de contenu institutionnel ;
- Coordonner avec les différentes entités de la Fondation ;
- Veiller à la cohérence globale des supports et visuels de la Fondation ;
- Superviser l'organisation d'événements internes et externes de la Fondation (salons, séminaires, etc...) ;
- Suivre la réputation et l'e-réputation de la Fondation ;
- Suivre la rédaction et l'édition des supports de communication ;
- Etablir les rapports d'activité et remonter l'information au top Management.

Au niveau Managérial

- Elaborer et valider la stratégie de communication et de marketing en cohérence avec la stratégie générale ;
- Animer et encadrer les équipes pour la réalisation des plans de communication et de marketing ;
- Développer et piloter un réseau de partenaires et de prestataires ;
- Fédérer les collaborateurs autour de l'identité, des valeurs et de la stratégie de la Fondation ;
- Définir un plan de formation pour la mise à niveau des compétences des collaborateurs ;
- Réaliser un référentiel métier de communication à la Fondation.

3. COMPETENCES

- Connaissance des médias et hors médias (audiovisuel, web, événementiel...) ;
- Bonne maîtrise de la Fondation, de ses prestations et de son environnement interne et externe ;
- Connaissance du mix marketing des leviers pour la promotion des prestations et services auprès des adhérents ;
- Aptitude au management et à la gestion d'équipes pluridisciplinaires (équipe interne, agence de communication, de Relations Presse...) ;
- Connaissances en conduite de projets ;
- Capacité à planifier, gérer le budget et autres ressources ;
- Très bonne maîtrise des langues arabe et française, à l'écrit comme à l'oral ;
- Maîtrise des outils traditionnels de bureautique.

4. QUALITES PERSONNELLES ET RELATIONNELLES

- Sens de l'écoute pour identifier les attentes des clients internes et externes de la Fondation ;
- Enthousiasme et sens de l'initiative pour la promotion de la Fondation et ses prestations ;
- Force de proposition et de créativité ;
- Capacité à développer des relations sur le long terme avec les différents interlocuteurs ;
- Rigueur et organisation pour structurer et faire avancer les projets de communication ;
- Diplomatie et adaptabilité pour gérer des situations difficiles, notamment en cas de communication de crise ;
- Discrétion dans la mesure où, par ses activités, le (la) directeur (trice) de communication sera amené(e) à manipuler des informations stratégiques.

5. PROFIL

Une expérience minimale de 10 ans dans le domaine de la communication et des relations presse.

6 ans au minimum dans un poste de responsabilité.

Bac +5 avec une spécialisation en communication et/ou marketing.