



RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION – SECTEUR ASSOCIATIF

Contexte :

Née en 2002 en Île-de-France, Proximité est une association dédiée à la réussite de la jeunesse et au renforcement du lien social. Notre mission est de développer des relations de confiance et des moments de partage entre jeunes et professionnels dans le cadre de parrainages en multipliant les passerelles entre école, études et monde du travail. Notre approche repose sur l'engagement réciproque des jeunes et des professionnels, ainsi que la proximité et le suivi personnalisé. Reconnue pour son approche originale et sa capacité à créer des liens durables, Proximité a parrainé plus de 3 000 jeunes et est présente à ce jour dans 10 villes (Paris, Saint Denis, Nanterre, Ivry, Noisy-le-Grand, Asnières, Toulouse, Lille, Romans sur Isère et Rennes). En forte croissance depuis sa création il y a 15 ans, Proximité souhaite continuer à se déployer à l'échelle nationale.

Description du poste :

Rattaché(e) directement à la Direction, le/la Responsable de la communication a pour objectif de développer la notoriété et la reconnaissance de l'action de Proximité et de faire de la communication un levier de développement des activités et de création de valeur de l'association à travers :

- 1/ La définition de la stratégie communication 360° de l'association à partir de la stratégie globale de l'association
 - Fixation des objectifs du plan de communication : recherche de bénévoles, taxe d'apprentissage, collecte de dons...
 - Identification des parties prenantes et des axes de communication
 - Identification des temps forts de communication autour de l'association
 - Proposition d'actions à mettre en place : choix des médias (interne/externes), production du contenu...

2/ la mise en œuvre de la stratégie des moyens et le suivi des plans d'action de communication de l'association : pilotage et la bonne déclinaison des moyens, du rythme des prises de parole, de la tonalité des messages en fonction du planning de campagnes et du budget alloué à la communication et en s'appuyant sur notre réseau de partenaires.

Missions :

Il/ elle a pour missions principales

1/ Piloter la production de contenus sur les réseaux sociaux et le site internet en fonction des objectifs et du positionnement de l'association

- En fonction des objectifs à atteindre (notoriété, recrutement, appels aux dons), mettre en œuvre la stratégie éditoriale, sociale et digitale liée à chaque cible et moment de vie de l'association en identifiant les supports, visuels, éditoriaux et vidéos dédiés aux réseaux sociaux et au site internet.
- Superviser la production et l'administration des contenus (print et digital) ainsi que l'animation de nos réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, etc).
- S'assurer du bon référencement du site et de la visibilité de tous les contenus produits.
- S'assurer de la cohérence des actions mises en œuvre avec la stratégie de communication définie.
- Et piloter l'efficacité des dispositifs mis en place.

2/ Définir la stratégie relations médias : définir les angles, assurer les relations presse et entretenir une relation de proximité avec les journalistes

- S'approprier les messages clés de l'association et les relayer auprès des médias ;
- Assurer les relations presse : identifier les porte-parole de l'organisation auprès des médias, rédiger les argumentaires et superviser les prises de parole (interviews, entretiens, etc.), concevoir et rédiger les outils de communication (dossiers de presse, communiqués de presse, etc.). Créer, renforcer et maintenir la confiance entre les journalistes (presse écrite, radio, audiovisuelle, internet) et l'association ;
- Développer la couverture presse des événements et de la vie de l'association dans tous types de médias et s'assurer de la bonne diffusion des messages et outils de communication auprès des journalistes ;
- Définir des angles spécifiques en fonction des intérêts singuliers des médias ;
- Être en veille sur le secteur : identifier les nouveaux médias, et suivre l'évolution des médias, des journalistes ;
- Analyser les résultats des actions médias, comparer les indicateurs de performance et optimiser les actions et proposer des axes d'amélioration.

3/ Piloter la communication à l'échelle régionale

- Mettre en place des outils de communication interne ;
- Coordonner les remontées d'informations et de contenus de la part des équipes territoriales ;
- Partager les best pratiques et valoriser les actions entreprises régionalement ;
- Organiser des occasions de rencontres et de partage (réelles ou virtuelles) ;
- Superviser la communication des équipes territoriale et les plans locaux de communication.

4/ Piloter et étoffer notre réseau de partenaires et prestataires qui nourrissent ce dispositif communication à l'année

- Rechercher et coordonner des prestataires ou partenaires bénévoles ;
- Essayer de s'entourer de référents dans leur domaine et de développer les actions de pro bono ;
- Coordonner des missions de mécénat de compétences qui appuient et professionnalisent la communication de l'association dans tous les domaines : référencement site web, campagne de communication, communication événementielle....

5/ être acteur de la stratégie globale de l'association

- En insufflant la culture de la communication en interne
 - o Créer des benchmarks comparatifs avec d'autres associations et partage des nouveautés / de la veille (bonnes pratiques d'autres associations, innovations du secteur en matière de communication ; prix, colloques, événements, cercles-*think tanks* pertinents pour développer la notoriété de l'association).
 - o Contribuer au développement et à l'appropriation de l'expertise ;
- En contribuant au marketing de la stratégie, des principaux projets de l'association ;
- En coorganisant les événements partenaires et de recherche de fonds.



Profil :

Formation supérieure (de préférence Bac + 4 / 5)

Expérience professionnelle de 3 à 5 ans dans le domaine de la communication et/ou du marketing

Forte sensibilité aux questions sociales, d'éducation et d'insertion

Autonomie, capacités d'initiative, compétences en gestion de projet

Sens de l'engagement

Capacité rédactionnelles, esprit d'analyse, curiosité, sens du relationnel

Capacité à travailler de façon autonome ainsi qu'en mode projet.

Qualités d'animation d'équipe

Compétences digitales : administration de plateformes sociales et digitales

Compétences créatives : bonne maîtrise du logiciel Adobe Photoshop est nécessaire + Imovie ou autre logiciel de montage vidéo

Maturité, discernement

Contrat : CDI à temps plein - statut cadre- Début : mai 2019

Salaire : 2150 à 2700€ bruts mensuels selon niveau d'études et d'expérience

Lieu de travail : Paris 11e – déplacements à prévoir en régions

Contact : envoyer CV+LM à m.lantier@proxite.com (avant le 10 juin)