

Profil de fonction : Responsable communication

Supérieur·e direct·e : Membre de la direction

Subordonné·e·s direct·e·s : Chargé·e de communication, Graphiste

Le·la responsable communication pilote une fonction transverse au service de l'ensemble de l'ECAB (86 EPT) et assure le développement cohérent et impactant des activités de communication, de marketing et de valorisation des prestations.

À la tête d'une petite équipe, il·elle agit comme chef·fe d'orchestre en définissant les priorités et en garantissant la cohérence des messages et du positionnement de l'établissement. Par une approche à la fois stratégique, opérationnelle et orientée marketing, il·elle contribue activement à renforcer la visibilité, la compréhension et l'attractivité des prestations de l'ECAB, en étroite collaboration avec les métiers.

Exigences d'admission

Formation / Diplôme :

- Formation supérieure (Bachelor ou Master HES/Université) en marketing, communication, management, économie d'entreprise ou domaine jugé équivalent.
- Formation complémentaire ou spécialisation en marketing digital, communication institutionnelle, gestion de produit, développement de services ou expérience jugée équivalente.
- Formation en management ou en conduite d'équipe constitue un atout.

Expériences professionnelles :

- Expérience de minimum 5 ans dans une fonction de communication, marketing ou valorisation de prestations.
- Expérience dans la conduite de projets transversaux et la coordination de parties prenantes multiples.
- Expérience dans un rôle nécessitant de collaborer et d'influencer des parties prenantes sans lien hiérarchique direct constitue un atout important.
- Expérience en management ou en pilotage d'équipe souhaitée.
- Expérience dans le secteur public, parapublic, assurantiel ou dans la prévention constitue un avantage.

Tâches et responsabilités

- Assurer le pilotage stratégique et opérationnel du service communication en coordination avec la direction.
- Encadrer et accompagner les collaborateur·trice·s du service.
- Définir, en concertation avec la direction, les priorités du service communication.
- Développer et mettre en œuvre la stratégie de communication et de marketing de l'ECAB.
- Garantir la cohérence des messages, du positionnement et de l'identité de l'établissement.
- Développer, valoriser et promouvoir les prestations, produits et services de l'ECAB auprès des assurés, des communes, des partenaires et des collaborateurs par une démarche orientée marketing adaptée au contexte institutionnel.
- Piloter des campagnes de communication multicanales (digitales, institutionnelles, événementielles et pédagogiques).
- Accompagner les responsables métiers et chefs de projets dans la valorisation et la communication de leurs prestations.

- Réaliser une veille stratégique et des benchmarks afin d'identifier les tendances, innovations et bonnes pratiques.
- Définir et suivre les indicateurs de performance adaptés au contexte institutionnel (visibilité, compréhension des prestations, satisfaction des parties prenantes, utilisation des services).
- En appui à la direction, participer activement aux projets transversaux et aux réflexions stratégiques de l'établissement.
- Assurer la continuité des activités de communication opérationnelle selon les besoins du service.
- Suppléer le chargé de communication.

Compétences techniques

- Excellente maîtrise des outils et techniques de communication et de marketing.
- Être capable de définir une vision stratégique et de la traduire en actions opérationnelles.
- Très bonnes compétences rédactionnelles, esprit de synthèse et aptitude à vulgariser des contenus techniques complexes.
- Posséder une bonne compréhension des enjeux liés à la prévention, à l'assurance publique et au service à la population.
- Posséder une excellente maîtrise et une compréhension approfondie des outils numériques, des plateformes digitales et des outils d'analyse de performance, permettant de piloter et d'optimiser les actions de communication.
- Posséder un sens de l'innovation et avoir la capacité d'intégrer une approche orientée utilisateur dans la communication des prestations.
- Être capable d'analyser des données, d'évaluer des résultats et de proposer des mesures d'optimisation.
- Savoir appréhender les enjeux liés à l'image institutionnelle, au positionnement et à la communication publique.
- Être capable de gérer un budget, d'optimiser l'allocation des ressources et d'assurer le suivi financier des actions de communication.
- Maîtriser le français ou l'allemand (oral et écrit) et posséder de bonnes connaissances de la langue partenaire.

Compétences émotionnelles

- Être capable d'exercer un leadership collaboratif et de fédérer autour d'objectifs communs.
- Être capable de collaborer efficacement avec des interlocuteurs variés.
- Être capable d'influencer, de coordonner et d'aligner des parties prenantes dans un environnement transverse.
- Être capable de développer des relations de confiance avec les partenaires internes et externes.
- Faire preuve d'écoute, de diplomatie et d'intelligence relationnelle.
- Faire preuve d'initiative, de proactivité et d'orientation solutions.
- Être capable de s'adapter à des environnements en évolution.
- Faire preuve d'autonomie, de sens des responsabilités et de prise de décision.
- Être capable de gérer le stress et de prioriser efficacement.
- Être capable de faire preuve d'orientation client et de sens du service public.