



Recrutement d'un IGE chargé de Communication et marketing au CROUS de Montpellier

Concours interne

BAP F

Fiche de poste

Contexte :

Le CROUS de Montpellier est un établissement public administratif dont les missions sont d'accompagner les étudiants vers la réussite de leurs études. Il gère :

- 34 480 étudiants boursiers sur critères sociaux pour un montant annuel de 114 M€
- 5 restaurants universitaires et 23 cafeterias (2.1 millions de repas servis)
- 8 cités et 28 résidences universitaires (10 000 logements)
- Budget 70 M €

Le CROUS de Montpellier dispose d'un centre local à Perpignan et d'une Antenne à Nîmes.

Missions :

Sous l'autorité du Directeur général du CROUS, le chargé de communication et marketing développe et met en œuvre la stratégie marketing et la stratégie de communication interne et externe de l'établissement, selon les orientations de la direction, pour attirer et fidéliser les usagers et développer la notoriété du CROUS.

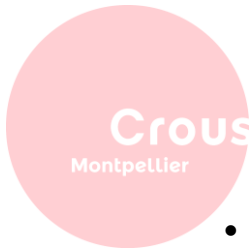
Le chargé de communication est responsable du service communication et marketing du Crous. Il encadre une équipe de 3 agents.

Activités principales :

Concernant la communication, il met en œuvre les actions de communication en cohérence avec la stratégie générale de l'établissement afin de valoriser sa politique et d'informer sur ses missions et actions.

Edition

- Concevoir ou faire concevoir des supports de communication écrits (communication interne et externe)
- Concevoir ou faire concevoir des supports pour tout type de support visible en point de vente ou d'outil de vente (catalogue, affiches, propositions



- commerciales, fiches tarifaires, PLV, signalétique...)

Communication digitale

- Elaborer la stratégie de communication digitale de l'établissement

Relations medias

- Entretenir la notoriété de l'établissement (communiqués, dossiers de presse, évènements)

Evènementiel

- Participer à l'organisation et à l'animation d'événements, d'opérations de relations publiques, de salons

Développement de partenariat

- Rechercher des partenariats afin d'accroître l'activité de l'établissement

Conseil stratégique

- Participer à l'élaboration de la politique générale de l'établissement

Concernant le marketing, il développe les produits et services dans le domaine de la vie étudiante en phase avec les attentes des usagers.

Il élabore et développe les outils visant à favoriser la commercialisation, la mise sur le marché et la promotion de ses produits ou services.

Ces différentes actions devront être développées en concertation avec l'ensemble des services internes, des groupes de travail du Crous et des partenaires extérieurs.

Compétences principales :

Savoir-faire opérationnels

- Connaissance générale des bases de la communication et de la documentation
- Maîtrise des techniques de communication écrites et orales
- Maîtrise de l'usage des réseaux sociaux et de l'outil digital
- Connaissance approfondie des techniques et des outils, de la chaîne éditoriale et graphique de la communication (PAO, base de données, manipulation de fichiers)
- Connaissance des techniques du marketing (marketing mix)
- Connaissance en management et outils favorisant l'intelligence collective



Compétences associées

- Management humain: savoir encadrer, organiser et distribuer le travail en équipe ou en réseau, gérer le suivi des carrières des personnels (formation, évolution)
- Planifier les actions en fonction des priorités
- Anticiper et gérer les urgences et les crises
- Appréhender la réalisation des objectifs en mode projet
- Développer un réseau de relations professionnelles
- Anticiper les besoins
- Avoir le sens de l'adaptation
- Avoir le sens de la négociation
- Avoir l'esprit de synthèse, une capacité de hiérarchisation de l'information
- Argumenter, réfuter, convaincre
- Etre à l'écoute

Connaissance sur l'environnement professionnel

- Connaissance de l'administration publique
- Connaissance du fonctionnement du Crous (missions, environnement, culture)
- Connaissance du réseau des œuvres universitaires
- Connaissance de l'environnement « vie étudiante »

Qualités requises, « savoir-être » :

Autonomie
Flexibilité
Dynamisme
Aisance relationnelle
Aptitude à l'écoute
Bonne élocution et présentation
Esprit d'initiative, d'analyse et de synthèse
Sens de l'organisation et des priorités
Capacité à travailler dans des délais contraints
Capacité à travailler en groupe et en mode projet
Imagination, créativité
Réactivité

Environnement professionnel

Le chargé de communication et marketing est positionné au sein des services centraux du CROUS situés, 2 rue Monteil à Montpellier.
Il sera amené à effectuer des déplacements dans le cadre du réseau et sur tous les sites du Crous, le permis B est donc nécessaire.

