

Anatomie d'une profession

Les compétences des communicants publics

Experts en techniques de communication, les communicants publics ajoutent à leur corps de compétences un **regard** sur le territoire, une **écoute** de la société en évolution et une **responsabilité** dans l'exercice de leurs missions de service public et d'intérêt général.

Posez votre diagnostic !

En veille permanente, les communicants publics doivent faire évoluer leurs connaissances, leurs pratiques et leurs postures professionnelles. Au fil de leur expérience et de leurs formations, ils mûrissent en mobilisant de plus en plus de fonctions spécialisées, au-delà des fonctions vitales.

Et vous, où en êtes-vous ?

- fonctions vitales
- fonctions spécialisées

3. Système nerveux d'information de la vie locale

- 3-1. Maîtriser les techniques journalistiques
- 3-2. Être créatif et savoir mener une production graphique
- 3-3. Piloter des projets éditoriaux plurimédia
- 3-4. Maîtriser les techniques de communication numérique et du web social

5. Fonction circulatoire de l'action publique d'utilité sociétale

- 5-1. Informer sur les enjeux sociétaux au profit de l'action publique
- 5-2. Développer un sens politique et capter l'humeur sociale
- 5-3. Contribuer à développer le sens civique
- 5-4. Collecter les paroles citoyennes
- 5-5. Accompagner les transitions environnementales

Appendice de la créativité
souvent amputé
et pourtant essentiel

1. Cortex de conseil des parties prenantes

- 1-1. Avoir une vision stratégique de sa communication institutionnelle
- 1-2. Savoir anticiper sur les missions et les outils futurs de la communication
- 1-3. Former aux enjeux socio-environnementaux du numérique
- 1-4. Anticiper et mobiliser les moyens de la communication de crise

Ganglion affectif
réactif aux épisodes d'injonctions contradictoires

2. Membres dédiés à la promotion du territoire et de son institution

- 2-1. Connaître son territoire
- 2-2. Contribuer à la valorisation de son institution et du service public
- 2-3. Connaître et mobiliser le tissu de partenaires locaux à nationaux et internationaux
- 2-4. Savoir recourir aux techniques marketing et marketing territorial

4. Aire kinésiologique de la relation aux autres

- 4-1. Être à l'écoute des habitants, des associations, des partenaires locaux
- 4-2. Développer une intelligence de la relation et savoir dépasser les blocages cognitifs
- 4-3. Assurer les conditions d'une communication interne utile et fédératrice
- 4-4. Maîtriser les techniques de relations presse et relations publiques

6. Organes de conduite des projets de communication

- 6-1. Savoir manager son équipe projet
- 6-2. Être un bon visionnaire et gestionnaire des moyens de la communication
- 6-3. Évaluer et développer l'efficacité de sa communication
- 6-4. Maîtriser le cadre juridique de la communication publique et de la commande publique
- 6-5. Développer la participation citoyenne
- 6-6. Animer des projets événementiels ou partenariaux

Alors, avez-vous cerné
les fonctions qu'il vous reste
à développer ?