

Objectifs et missions d'un stage en communication/ ou marketing numérique

Contexte des missions du stage :

Aujourd'hui la politique de coopération autour de l'information géographique en Charente-Maritime (Géo17) propose de plus en plus de services destinés aux élus, aux organismes publics (collectivité, services de l'Etat) et para publics (syndicats, associations, bureau d'études) ainsi qu'aux citoyens et les services disponibles se diversifient.

Il est nécessaire que Géo17 se fasse davantage connaître, valorise ses services pour qu'ils soient utilisés par le plus grand nombre.

Pour garantir le développement de Géo17, de nouveaux services à la carte et donc payants sont également proposés. Ils sont destinés aux experts qui dans les collectivités et autres structures publiques pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer des politiques publiques. Dans ce cadre, Géo17 peut leur proposer des services d'accès à l'information géographique spécifique, une formation etc...

Ces services doivent donc être consommés et par conséquent connus.

Géo17 trouve sa place et sa complémentarité avec les systèmes d'information géographique locaux portés par les établissements publics (communes, EPCI, SDIS, Syndicats Départementaux, Département, ...), la plateforme régionale Pigma car elle propose des services destinés à l'échelle locale pour des problématiques de politiques Régionales appliquées aux territoires. Cette visibilité doit être affichée et comprise par les acteurs locaux.

Géo17 doit également être reconnu par ses pairs, et au niveau national dans les réflexions et groupes nationaux en tant qu'expert.

Les missions proposées :

1/ Phase de réflexion : définir une stratégie de communication en s'appuyant sur les objectifs ci-dessous et décliner des axes stratégiques et un plan d'actions :

- Faire savoir : développer la notoriété de Géo17, faire prendre conscience de l'existence et porter à connaissance ses services :

- affirmer Géo17, clarifier et valoriser son rôle, ses actions, ses services et ses compétences.
 - Rendre visible et compréhensible Géo17, ses actions quotidiennes et prospectives.
 - + largement, assoir Géo17 dans la cadre de la réforme territoriale et de PIGMA.
- Faire aimer : développer l'attrait pour les services de Géo17 et de la GéoPlateforme17, montrer leurs fiabilités et leur sécurité :
- positionner Géo17 comme l'interlocuteur incontournable de l'information géographique en Charente-Maritime : Géo17 = service public de la donnée en 17
- Faire adhérer : avoir la conviction de l'intérêt de Géo17 :
- rendre actifs des partenaires : qu'ils deviennent ambassadeurs de Géo17 par leur utilisation 'exemplaire' des services qui sont développés pour eux à la carte ;
 - Etre fier de Géo17 en interne comme en externe.

2/ Phase de réalisation : scénariser et mettre en œuvre les propositions retenues

- Donner du sens à la stratégie de communication en faisant des propositions concrètes et réalistes, tout en précisant leurs modalités de réalisation (contraintes et limites).
 - Définir les moyens et outils à mettre en œuvre à travers notamment les supports existants : flyers, site internet, mailing, réseaux sociaux ; réunions.
 - Assurer la réalisation de certaines actions retenues comme prioritaires (type flyers, design du site internet et contenu éditorial...)
- Une documentation sur les livrables pourra être réalisée afin de constituer un référentiel de base de la communication future de Géo17.

De manière générale, la mission de communication doit permettre de travailler le discours, le vocabulaire pour rendre accessible et compréhensible les actions menées par Géo17.

Profil pressenti :

IUT spécialisé/commerce/université communication-marketing utilisant les TIC

Capacités recherchées :

- Autonomie/gestion de projet /en capacité à faire des propositions/du rédactionnel/
- Etre capable de traiter une problématique et d'être force de propositions.
- Compréhension et analyses d'un domaine technique et spécialisé, pour traduire un discours clair et compréhensible par un néophyte.

Savoirs & compétences :

- Avoir si possible une double formation ou compétences polyvalentes en marketing numérique et gestion de sites e-commerce.
- Savoir mettre en œuvre les Technologies de l'Information et de la Communication dans le cadre d'une stratégie commerciale d'une entreprise publique.
- Connaître les principes de la communication en ligne et avoir des connaissances confirmées sur la stratégie en communication, en langage - rédaction web, et référencement.

- Avoir des connaissances confirmées sur le web design.
- Avoir une bonne connaissance voire maîtriser les outils graphiques et multimédias.
- Application opérationnelle des outils et des techniques de création de supports visuels 'à fort impact' (création de vidéo, de page web, etc).

Savoir-être :

- Avoir l'esprit créatif, curieux, critique et ouvert.
- Travailler en équipe et être adaptable.

Le stagiaire sera encadré par Soluris, en charge de l'animation et la coordination de toutes les actions menées par Géo17 et pourra être amené à travailler avec le service communication du Conseil Départemental.

Lieu du stage : Saintes et déplacement sur La Rochelle

Pour toutes informations, nous contacter en indiquant vos coordonnées complètes :

sig@soluris.fr