

Prénom Nom

Chargé de communication-presse

Adresse

Tél. portable : 06.00.00.00.00

Mail : nom@mail.fr

35 ans

COMPÉTENCES

Maîtrise de l'ensemble des outils de communication externe.

Parfaite connaissance du marché du tourisme et du sport.

Important réseau de journalistes fidélisés.

CURSUS PROFESSIONNEL

NOM DE L'ENTREPRISE – secteur du tourisme – 150 000 clients – 76,2 M€ de chiffre d'affaires.

(années) • **CHARGÉ DE COMMUNICATION-PRESSE** (Direction marketing – ventes)

Objectifs : Accroître la notoriété de (nom de la société) et de ses produits auprès de ses différents marchés. Garantir le respect du positionnement créatif de la communication externe. Assurer une croissance qualitative et quantitative des relations presse.

Missions et résultats :

- Promotion (budget : 61 000 €/an sur trois ans).
Mettre en œuvre la stratégie de communication sur les points de vente et les centres.
Création de la charte de communication externe sur les centres.
Création du kit de communication sur les points de vente.
Développement d'outils de fidélisation.
- Communication électronique (budget : 45 700 €).
Développer des outils de vente à distance.
Pilotage des rubriques promotionnelles du 36.15.
Création du site Internet et animation des rubriques.
- Publicité (budget : 130 000 €).
Mettre en place le plan de communication publicitaire dans la presse écrite.
Pilotage d'achats d'espaces et conception de publicités.
- Relations presse (budget : 70 130 €).
Définir et mettre en œuvre les actions de relations presse (100 contacts « actifs »).
- Réalisation et diffusion de communiqués et de dossiers de presse (20 000 courriers ciblés envoyés).
- Organisation de voyages de presse et reportages : 1 500 retombées presse, + 42 % en trois ans.
- Partenariats (budget : 61 000 €).
Renforcer les partenariats média et hors média.
Signature et mise en place de trois partenariats (nom des journaux).
Suivi de partenariats existants.
- Relations publiques et événements (budget : 107 000 €).
Développer la notoriété de la société, par le biais d'événements grand public.
Organisation de la présence de l'entreprise au Salon du livre (2 000 visiteurs sur 4 stands).
Amélioration de l'impact du Trophée des régates (50 bateaux et 450 participants), + 106 % de retombées sur quatre ans.

(années) • **RESPONSABLE DU SERVICE PRESSE** (Direction marketing – ventes)

Objectifs : Réorganiser et développer les actions du service presse. Instaurer une relation clients/fournisseurs avec les directions domaines.

Missions et résultats (budget : 107 000 €) :

- Rédaction du plan de communication-presse, construction et mise en œuvre des plans d'actions annuels.
- Rationalisation et recentrage des actions, optimisation du budget.
- Organisation et pilotage du 15^e anniversaire de l'entreprise (400 invités).
- Conception et réalisation des outils de communication.

(années) • **ASSISTANT DU RESPONSABLE DU SERVICE PRESSE**

Objectif : Participer à l'ensemble des actions du service.

Missions et résultats :

- Rédaction de dossiers de presse, communiqués, organisation de conférences et voyages de presse.

NOM DE L'ASSOCIATION. Association loi 1901, spécialisée dans la promotion artistique (457 000 € de budget).

(années) • **ATTACHÉ DE PRESSE**

Objectifs : création du service presse, promotion des artistes et organisation de tournées d'un groupe musical.

Missions et résultats :

- Recrutement et pilotage des principaux fournisseurs.
- Mise en place et suivi des actions de promotion et de relations presse.

FORMATION

(année) Nom de l'organisme de formation – stage de conduite de projets (formation continue).

(années) École de communication.

(année) Baccalauréat série ES.

Informatique : Windows (Word, Excel, PowerPoint), Internet, Intranet.