

Zoom sur le métier de **Conseillère** en **Communication**

Niveau d'étude

À partir de bac +5, niveau Master
Études : Marketing
Parcours EJCAM COMED

Salaire

Entre 40 000€ et 50 000€ brut par an
pour un salarié confirmé

Portrait du conseiller en communication

Un conseiller en communication est un consultant dont le métier est de fournir des conseils en matière de communication à des individus ou organisations qui le sollicitent et ont recouru à ses services. Il peut, par exemple aider un candidat à une élection dans sa communication politique (il est alors appelé spin doctor selon la terminologie anglo-saxonne), ou une entreprise dans sa communication interne ou surtout externe. Ce faisant, il est amené à participer à l'élaboration de slogans politiques ou publicitaires, d'affiches électorales ou d'éléments de langage, par exemple.



L'Interview de **Claire Tanguy**

Cette jeune communicante travaille chez Inspire, une agence de communication qui se donne pour tâche d'inventer ou de réinventer votre marque et sa mission. Ouverture d'esprit, curiosité intellectuelle et enthousiasme créatif sont les moteurs au quotidien pour inspirer les stratégies de positionnement, d'image et de contenu. Claire a un rôle central puisqu'elle est l'une des 3 consultantes de l'entreprise. Elle est au contact des clients.

Pouvez-vous nous donner une idée d'une journée type ?

Les journées de travail ne ressemblent jamais, c'est qui fait le charme de ce métier. Un jour je suis au bureau d'un client à décortiquer sa manière de parler au journal télévisé, un autre je suis au café du coin en train de préparer une intervenante à une conférence. Ce qui est génial dans la communication c'est qu'on peut vraiment tout faire. En ce moment je suis de près la ligne éditoriale d'un groupe privé qui change de cible. On réfléchit aux messages les plus pertinents à leur envoyer, on hiérarchise, on brainstorm et on commence seulement à esquisser un plan de communication.

Qu'est-ce qui est essentiel dans cette profession ?

Il faut être capable d'assimiler des informations à la perfection en un rien de temps. D'un jour à l'autre nous pouvons assister un chef d'entreprise pour une entreprise de renommée alors que la veille nous nous penchions sur une campagne publicitaire de plus petit envergure. En plus de savoir comment utiliser les outils de communication, il faut savoir lesquels choisir. Et croyez moi ce n'est pas si simple que ça d'alterner. Chaque client est spécifique.

Quels sont les avantages et inconvénients de ce métier ?

On va commencer par les inconvénients, je veux finir sur une bonne note ! Il faut savoir se plier à chaque personne qui vient nous demander conseil, qu'importe leurs attentes et les contraintes. Ce sont eux nos patrons alors nous nous devons de rester professionnels dans chaque situation. Des fois on n'est pas considéré comme nous mériterions de l'être. Et puis aussi notre emploi du temps dépend entièrement de celui du client et c'est parfois difficile d'avoir une vie à côté. L'avantage majeur c'est que c'est un métier de passionné. On se retrouve rarement avec des personnes qui crachent dans la soupe. Au sein de toutes les agences où je suis passée, l'ambiance était particulièrement bonne.

Des compétences particulières sont requises pour exercer cette fonction ?

Organisation, adaptabilité et pertinence sont les trois mots-clés de ce métier. Il faut toujours anticiper ce que le client peut demander, comment il veut l'obtenir (sous quelle forme) et comment être pertinent. Le but final est que notre aide lui plaise mais certaines personnes sont réticentes lorsque nous évoquons nos solutions au premier abord. Cela change généralement assez vite.

Quels conseils donneriez-vous aux étudiant(e)s de l'EJCAM souhaitant s'orienter vers ce métier ?

Finissez vos études tranquillement, lancez-vous dans le monde professionnel et engrangez de l'expérience. Le seul moyen de savoir si on se sent prêt à tenter l'aventure c'est de mettre le pied à l'étrier. La communication est vaste, mais aucune porte n'est inaccessible si on s'en donne les moyens.