

# *Head of Communication (H/F)*

**GONG**



# Head of Communication

## GONG - Saint Nazaire (44)

Depuis sa création en 1996, l'entreprise s'est développée, année après année, pour affirmer ce qui fait leur raison d'être : le partage intense de leur passion pour les sports de glisse nautique (Surf, SUP, Kite, Wing Foil) avec le plus grand nombre. Aujourd'hui GONG est une scale-up en forte croissance composée de 100+ salariés pour un chiffre d'affaires d'environ 30 millions d'€.

Une mission, le partage :

Partager ses créations, partager son savoir-faire, partager son mode de vie et surtout partager avec tout le monde.

Un business model disruptif :

Grâce à une relation directe, sans intermédiaire, GONG rend le haut de gamme accessible à tous. Donnant accès à des conseils sur-mesure, à un service client irréprochable et à des prix imbattables.

Résultat : tout le monde a les moyens de s'éclater sur l'eau.

27 & 229

TEAM RIDERS & AMBASSADEURS

110K

NOMBRE DE FOLLOWERS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX GONG

12

PERSONNES DANS L'ÉQUIPE COMMUNICATION

1

STUDIO PHOTO INTÉGRÉ



Sous l'autorité de la Direction, le Head of Communication a pour mission de renforcer la visibilité, la légitimité et l'attractivité de GONG, en structurant une communication globale cohérente, performante et inspirante. Il est garant de cette ambition. Il pilote la stratégie de communication, coordonne les pôles opérationnels (Production, Graphisme, Diffusion), anime le réseau GONG (Team Riders, Ambassadeurs, Power Clients), assure la qualité des contenus et veille à ce que l'expérience vécue par les clients reflète la promesse de la marque. Ses missions seront les suivantes :

# Missions

## Stratégie de communication et positionnement

Le Head of Communication transforme la vision stratégique de l'entreprise en une communication claire, mobilisatrice et différenciante. Chaque campagne doit porter la voix unique de GONG et positionner la marque comme une référence mondiale.

- Définir, en lien avec la Direction, la ligne éditoriale et la charte graphique.
- Traduire l'ADN GONG en messages puissants : Marque globale, Core, Leader, Innovante, Accessible.
- Construire et prioriser le plan annuel de communication.
- Développer une stratégie de fidélisation intégrant riders, ambassadeurs et power clients comme relais authentiques.

## Pilotage des pôles communication

Ce rôle est un véritable pilotage opérationnel. Il doit coordonner les équipes, fluidifier les process et garantir que la production de contenus reste constante, premium et parfaitement alignée avec les besoins de la marque.

- Organiser et piloter les shootings (vidéo, photo, montage).
- Superviser graphistes et copywriter pour garantir la cohérence visuelle et éditoriale.
- Encadrer les community managers et suivre la performance sociale.
- S'assurer de l'organisation logistique et du respect des plannings.





### **Brand Content & Image Globale**

La mission est de protéger et développer l'image de marque. Les contenus doivent être inspirants, techniquement crédibles et adaptés aux différents marchés, tout en restant cohérents et reconnaissables partout dans le monde.

- Contrôler le respect de la ligne éditoriale et de la charte graphique.
- Valider la qualité visuelle, écrite et audiovisuelle des productions.
- Garantir la légitimité technique et la dimension "core" des contenus.
- Maintenir une image homogène et premium à l'international

### **Réseau GONG – Team Riders, Ambassadeurs, Power Clients**

Le réseau est un atout clé de légitimité. En animant et en valorisant ces relais authentiques, le/la Head of Communication transforme la passion et les succès de la communauté en leviers puissants de notoriété et d'influence.

- Développer et animer le Team Riders et valoriser ses performances.
- Activer des ambassadeurs locaux dans les marchés clés.
- Impliquer les power clients comme prescripteurs authentiques.
- Intégrer ce réseau dans les campagnes, les tests produits et les contenus.

## Expérience Client & Cohérence du parcours

La communication doit s'appuyer sur du concret. En valorisant les expériences réelles des clients et en intégrant leurs feedbacks, GONG renforce sa crédibilité, son authenticité et sa capacité à fidéliser durablement.

- Veiller à ce que la communication reflète fidèlement l'expérience client réelle.
- Travailler avec les pôles Expérience Client et Logistique pour ajuster le discours.
- Mettre en avant les preuves de satisfaction (avis, témoignages, NPS).
- Garantir la cohérence entre promesse de marque et réalité client.

## Création des assets en ligne et collaboration transversale

La communication doit servir directement la performance business. Le Head of Communication veille à ce que chaque lancement produit, campagne ou opération marketing dispose d'assets premium, livrés à temps, et produits dans une logique collaborative avec les autres départements.

- Produire les assets nécessaires à la mise en ligne : photos, vidéos, textes, bannières, fiches produits.
- Travailler en étroite collaboration avec les pôles E-commerce, Produit et Marketing.
- Mettre en place des process fluides de brief, validation et livraison des contenus.
- Garantir la réactivité et la qualité des assets pour accompagner les lancements.



# Expériences & compétences

- Une véritable passion pour le surf et les sports de glisse — pas seulement comme un hobby, mais comme une part de votre identité. Une compréhension profonde de l'industrie et de la culture tribale de nos sports.
- Un(e) communicant(e) visionnaire avec 7 à 10 ans d'expérience à un niveau senior en brand, communication ou marketing lifestyle.
- Capacité démontrée à construire des marques iconiques à l'international, idéalement dans des environnements sport, outdoor ou DNVB.
- Maîtrise du storytelling moderne et de la culture social (Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn).
- Sens éditorial et visuel affûté, avec la capacité à construire des récits qui résonnent dans le monde entier.
- Expérience dans l'activation de réseaux d'athlètes, d'ambassadeurs et de communautés.
- Bilingue anglais/français, d'autres langues étant un atout.

# Soft skills

- Leadership fort pour inspirer et manager des équipes créatives pluridisciplinaires.
- Goût du challenge et esprit orienté résultats
- Aisance relationnelle et bienveillance
- Forte créativité et capacité à proposer des solutions nouvelles
- Rigueur et sens de l'organisation
- Autonomie, agilité, et esprit d'initiative

Spécialisé dans les secteurs Sport & Lifestyle, Bloch consulting fait partie des 20 meilleurs cabinets de chasse du Palmarès des Echos 2026, tous secteurs confondus.

Nous avons fait le choix de la spécialisation car nous avons la conviction que notre maîtrise des enjeux, des acteurs, des métiers et des codes de ces secteurs nous permet de proposer des approches adaptées aux attentes de nos clients et aux aspirations des candidats.

## Vos contacts ↓



**Rémy Colliard**



Consultant

📍 Paris



**Arnaud de Brouwer**



Talent Acquisition Specialist

📍 Paris

✉ [a.debrouwer@bloch-consulting.fr](mailto:a.debrouwer@bloch-consulting.fr)

☎ +33 (0)6 59 22 92 90