

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26837**

Intitulé

Manager de la communication et du marketing digital

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Institut des hautes études économiques commerciales
(INSEEC Bordeaux)

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Directrice générale

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les activités du Manager de la Communication et du Marketing Digital sont très variées. Tout dépend de l'organisation (taille, secteur d'activité, structure, etc.) dans laquelle la personne exerce son métier.

Chez l'annonceur, le Manager de la communication définit la stratégie, élabore les objectifs de communication en lien avec les acteurs internes (directions générale, commerciale, marketing et RH). Il assure le suivi de la réalisation de la stratégie soit en gérant le projet en interne, soit en gérant la relation de sous-traitance avec l'agence.

En agence, il définit l'offre de l'agence, développe les actions de commercialisation et prend en charge la relation de conseil et d'accompagnement de l'annonceur avec les autres experts de l'agence.

Les compétences dont le « Manager de la Communication et du Marketing Digital » doit faire preuve sont :

- Définir et piloter la stratégie de communication de l'entreprise en cohérence avec les valeurs de la marque et les messages diffusés
- Elaborer un diagnostic stratégique de l'entreprise et déterminer les priorités en termes de communication sur la(les) cible(s) identifiée(s)
- Formuler les valeurs cibles de l'entreprise et articuler une proposition de valeur cohérente
- Décliner la vision globale de l'entreprise en vue d'une communication différenciée
- Garantir la cohérence de chacun des axes de communication
- Définir et justifier les arbitrages sur les leviers de communication à déployer en priorité
- Définir les objectifs d'une campagne publicitaire et les retranscrire dans des briefs clairs et actionnables pour les prestataires
- Réaliser un plan de communication sous ses différents aspects (communication interne, externe, corporate, web) en optimisant stratégies média, plurimedias ou cross médias
- Définir les objectifs d'une politique de communication institutionnelle en termes de culture d'entreprise et d'image aussi bien en interne qu'en externe
- Organiser la mise en place de la communication globale (outils et moyens alloués, supports et contenus)
- Définir le positionnement et planifier la réalisation d'un événement
- Mettre en place une stratégie proactive de gestion de crise, et un dispositif de gestion de crise
- Définir l'identité et le territoire de marque et proposer un positionnement clair pour rendre la marque performante
- Proposer les contours d'une charte graphique pour la marque ou le produit
- Elaborer un budget de communication en fonction des contraintes et des objectifs
- Elaborer du brand content
- Etablir une stratégie des moyens
- Concevoir et réaliser un packaging produit ou un logo de marque
- Recueillir et analyser les changements et les tendances comportementales et socio-culturelles des consommateurs
- Concevoir une étude et interpréter les comportements des segments de clientèle
- Répartir le budget sur les différents canaux de communication
- Maximiser la performance de chacun des leviers d'acquisition, puis mettre en place les tableaux de bord permettant d'évaluer en continu la performance d'une ou plusieurs actions de communication
- Synthétiser et présenter les retombées d'une campagne
- Mettre en place les actions correctives permettant d'optimiser la satisfaction client
- Concevoir et exécuter une stratégie de présence efficace sur les médias sociaux
- Définir et mettre en place les actions de fidélisation adaptées sur les différents segments
- Elaborer une stratégie de présence sur les médias digitaux, et répartir le budget de communication global sur les canaux les plus appropriés
- Définir les objectifs de performance par canal et évaluer les retours sur investissement de manière à corriger/adapter le plan de communication
- Définir l'expérience utilisateur souhaitée et la décliner selon les différents supports
- Développer un site Internet dynamique
- Rédiger un brief à l'attention du client et choisir le prestataire adéquat
- Etablir un budget à partir d'une bonne connaissance des différents postes de dépense

- Etablir un cahier des charges et le présenter efficacement au cours d'une réunion agence/annonceur
- Suivre et coordonner le travail de plusieurs acteurs en mode projet
- Organiser le brief et négocier les tarifs avec l'agence
- Mettre en place les ressources financières et humaines nécessaires pour répondre à un appel d'offre
- Construire un tableau de bord stratégique, de gestion et opérationnel
- Formuler des recommandations de management propres à animer la démarche budgétaire avec efficacité
- Calculer, analyser et interpréter les écarts avec exactitude
- Calculer les prévisions budgétaires et les mettre en œuvre
- Structurer, recruter, animer et motiver les équipes à travers la mise en place d'outils de management efficaces
- Organiser le travail d'une équipe et déterminer les objectifs individuels et collectifs
- Contrôler et évaluer le travail et les résultats progressifs d'une équipe
- Animer efficacement une réunion, aussi bien en interne qu'avec les différents prestataires

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Secteurs d'activité :

Les métiers de la communication étant par nature d'une grande diversité, les titulaires de la certification Manager de la Communication et du Marketing Digital peuvent exercer leur métier aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public, quels que soient le statut et la taille de la structure.

Selon la taille de l'entreprise, les titulaires du titre peuvent exercer leur métier au sein :

- de grandes entreprises annonceurs (groupes français ou internationaux),
- de PME-PMI,
- d'agence de communication en fonction de leur spécialisation :
 - o Publicité médias,
 - o Marketing direct,
 - o Web,
 - o Communication corporate : communication d'entreprise, communication institutionnelle, communication de crise, communication interne
 - o Relations Presse et Relations Publiques
 - o Design
 - o Communication Événementielle
 - o Sponsoring ou mécénat
 - o Communication B to B
 - o Communication Financière
- de sociétés de service, d'établissements de recherche, d'organismes culturels,
- de collectivités territoriales, institutions publiques ou associations, etc.

La taille de ces organisations varie en fonction du chiffre d'affaires et du nombre de salariés essentiellement.

L'activité varie selon le secteur (média, industrie, service...), la taille de la structure et les budgets. Par ailleurs, des petites structures qui répondent à une demande de communication de proximité pour les marchés « nouveaux » liés aux nouvelles technologies voient le jour depuis quelques années.

La liste suivante, non exhaustive, présente les différentes fonctions que peuvent exercer les détenteurs de la certification Manager de la Communication et du Marketing Digital:

- Directeur de la Communication
- Responsable de la Communication
- Responsable de la Communication Externe
- Responsable des Relations Extérieures
- Responsable de Communication Événementielle
- Responsable Communication Online
- Traffic Manager
- Digital Account Manager
- Responsable de la Communication Interne
- Responsable des Relations Presse
- Chargé des Relations Publiques
- Directeur du Planning Stratégique
- Média Planner
- Acheteur Média
- Consultant en Communication
- Directeur de Clientèle
- Chef de Publicité
- Responsable de Projet Publicitaire
- Chargé / Chef de Projet Communication
- Responsable des Partenariats
- Brand Ambassador
- Directeur de Création Communication Multimédia

- Chargé d'Etudes Médias
- Webmaster Concepteur de sites Web
- Chargée de Projet Web
- Responsable de Conception Communication Multimédia
- Chef de Groupe Publicité

En fonction de l'expérience et de l'ancienneté dans le poste occupé, le Titulaire du Titre peut-être Directeur, Responsable ou Chargé de communication / du marketing digital.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1402 : Élaboration de plan média

M1702 : Analyse de tendance

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

- **Dans le cadre d'une Formation Initiale**, les étudiants doivent justifier d'un BAC + 4 validé dans les domaines du droit, de l'économie, du journalisme, de la linguistique et de la littérature, du marketing, de la communication et des médias, pour intégrer le Titre « Manager de la Communication et du Marketing Digital ».

Pour accéder à la certification, les étudiants devront avoir validé l'année de formation du Titre par un système de notation afin d'obtenir une moyenne générale supérieure ou au moins égale à 10/20. (Description : contrôle continu : 33.33%, examens : 33.33%, mémoire de recherche appliquée : 33.33%).

- **Dans le cadre de la VAE**, les compétences peuvent être validées totalement ou partiellement. C'est le nombre de compétences validées qui permet à la personne d'obtenir le Titre de « Manager de la communication et du Marketing Digital ». Si la validation des compétences est totale (soit 46 compétences), l'obtention du Titre s'effectue automatiquement. Si la validation des compétences n'est que partielle (soit 31/46 compétences), des travaux complémentaires obligatoires (ex : QCM, mémoire, étude de cas, mise en situation, projet de groupe, ...) ou un suivi du cursus seront demandés afin de prétendre au Titre.

Le Titre « Manager de la communication » a pour finalité la préparation à certains métiers ou groupe de métiers comme le métier de Responsable Communication, Chargé de Projet Publicitaire, le métier de Manager E-commercial, Responsable Médias...

Ainsi, la certification comprend 7 grandes composantes :

1. Définir et piloter la stratégie de communication de l'entreprise en cohérence avec les valeurs de la marque et les messages diffusés
2. Concevoir et piloter la communication globale de l'entreprise
3. En agence de communication ou chez l'annonceur, mettre en place une stratégie de communication dans le cadre du lancement d'une marque, d'un produit ou d'un service
4. Mettre en place et assurer le suivi d'une politique de fidélisation par la communication à partir d'outils de mesure spécifiques
5. En lien avec la stratégie globale de communication de l'entreprise, définir une stratégie de communication online et concevoir les supports
6. Coordonner les relations entre l'agence, l'annonceur et les différents prestataires
7. Gérer, coordonner et animer une agence ou une équipe de communication

Validité des composants acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINONCOMPOSITION DES JURYS	
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	50% salariés 50% employeurs
En contrat d'apprentissage	X	50% salariés 50% employeurs
Après un parcours de formation continue	X	50% salariés 50% employeurs
En contrat de professionnalisation	X	50% salariés 50% employeurs
Par candidature individuelle	X	50% salariés 50% employeurs
Par expérience dispositif VAE prévu en 2013	X	50% salariés 50% employeurs

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 30 août 2016 publié au Journal Officiel du 07 septembre 2016 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager de la communication et du marketing digital" avec effet au 01 octobre 2010, jusqu'au 07 septembre 2019.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

32 titulaires par an

<http://www.masters.inseec.com>

Autres sources d'information :

ahumeau@inseec.com

Lieu(x) de certification :

Bordeaux - Hangar 18, quai de Bacalan CS 9104 - 33070 Bordeaux

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Bordeaux, Paris, Lyon, Alpes-Savoie

Historique de la certification :