

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 31936**

Intitulé

Community manager

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Institut des Médias et de la Communication sur Internet (IMCI)	Gérante

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Community manager intervient dans les champs professionnels de la communication et du marketing sur les médias numériques. Il est en charge pour le compte d'une personne morale ou physique des relations numériques avec les parties prenantes (clients, adhérents, etc.), liées à celle-ci. Il a en général pour objectifs de faire connaître et d'accroître la notoriété de la personne, des services et des produits qu'elle pourrait proposer. Il a pour objectif également de fidéliser et d'animer les communautés qui gravitent autour de la personne physique ou morale. Ainsi, le community manager est amené quotidiennement à conduire de manière autonome des actions de communication et de marketing en ligne de cinq grands types :

Le reporting : il mesure l'impact de ses interventions

La modération : il censure les propos non adéquats

La veille : il se tient informé de ce qui se dit du secteur ou du client

L'animation : il encourage les conversations et montre l'exemple

L'information : il informe de l'actualité, des nouveautés, etc.

Ces actions s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie de communication sur les médias sociaux (*stratégie social media*).

Les activités visées sont:

La conception d'un projet de communication sur les médias sociaux

La mise en oeuvre d'un projet de communication sur les médias sociaux

Le suivi d'un projet de communication sur les médias sociaux (mesure, veille, analyse et optimisation de la stratégie)

Le développement d'une activité commerciale de conseil et/ou son employabilité

-Bloc 1 : concevoir un projet de communication sur les médias sociaux

Bloc 2 : mettre en oeuvre un projet de communication sur les médias sociaux

Bloc 3 : suivre un projet de communication sur les médias sociaux (veille, mesure, analyse et optimisation)

Bloc 4 : développer une activité commerciale de conseil et/ou son employabilité

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

Communication et marketing : agences de communication, services marketing, agences de presse, agence web et toutes les entreprises souhaitant internaliser leur communication en ligne. Statut indépendant ou salarié.

En fonction de son statut (salarié ou indépendant) et de la dimension des projets dont il a la charge, le community manager évolue seul ou en équipe.

Le community manager salarié évolue en général dans une structure type « agence » ou bien directement chez « l'annonceur ».

Il est à noter que le community manager est la plupart du temps amené à travailler en collaboration avec d'autres corps de métiers liés au numérique. Bien souvent, il doit travailler avec toutes les parties prenantes du projet et de l'entreprise. Ce rôle central est d'ailleurs une des caractéristiques de ce métier.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1101 : Animation de site multimédia

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Pour toutes voies d'accès, l'ensemble des blocs de compétences (ci-dessous) constitue la certification dans son entièreté

Bloc 1 : concevoir un projet de communication sur les médias sociaux

Bloc 2 : mettre en oeuvre un projet de communication sur les médias sociaux

Bloc 3 : suivre un projet de communication sur les médias sociaux (veille, mesure, analyse et optimisation)

Bloc 4 : développer une activité commerciale de conseil et/ou son employabilité

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 31936 - Le suivi d'un projet sur les médias sociaux</p>	<p>Compétences attestées 21 à 25</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recommander des solutions techniques et organisationnelles permettant de mettre en place une veille e-réputation (image et créative) en respectant les contraintes du client et de son secteur d'activité. • Définir des indicateurs de mesure et de performance (KPI) efficaces pour mesurer ses actions • Mesurer ses actions grâce aux indicateurs définis • Interpréter les chiffres et graphiques donnés par des indicateurs de mesure et analyse de performance • Préconiser des évolutions et une optimisation éventuelle de la stratégie sur les médias sociaux au regard des résultats obtenus dans le reporting <p>Modalités d'évaluations pour la compétence 21</p> <p>Projet professionnel individuel: à partir d'un cas donné en début de formation par le responsable pédagogique, le stagiaire devra concevoir et configurer une veille. Ce travail est réalisé en dehors des cours et remis sous forme d'un dossier examiné par un jury compétent.</p> <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 22 à 24</p> <p>Etude de cas individuelle sur table: à partir d'un cas donné en cours par le formateur, le stagiaire devra définir des indicateurs de mesure et analyse des performances sur les médias sociaux. Il devra aussi également interpréter les résultats. Durée: deux heures - Ordinateur à disposition</p> <p>Modalités d'évaluations pour la compétence 25</p> <p>Etude de cas individuelle sur table: à partir d'un cas donné en cours par le formateur, le stagiaire devra formuler des recommandations d'évolutions afin d'optimiser la stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Durée: deux heures - Ordinateur à disposition</p> <p>Modalités de certification du bloc</p> <p>Le bloc 3 est certifié avec l'acquisition de 3 compétences sur 5 dont les compétences obligatoires: 21 et 25</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 31936 - La conception d'un projet de communication sur les médias sociaux</p>	<p>Compétences attestées 1 à 9</p> <ul style="list-style-type: none"> • Répertorier les présences d'une marque, d'une personne physique ou morale sur les médias sociaux • Analyser la qualité de l'animation des présences en ligne • Diagnostiquer l'image de la marque, personne physique ou morale • Construire un plan de communication en définissant les médias sociaux à intégrer à la stratégie de communication globale • Identifier les influenceurs et community en ligne à intégrer dans la stratégie de communication globale • Faire le choix des leviers marketing • Rédiger une charte éditoriale en cohérence avec le plan de communication • S'appuyer sur les différents types de contenus (texte, photo, vidéo, images...) pour susciter l'intérêt et valoriser le fond • Créer un planning de publication en intégrant les contraintes en terme de ressources <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 1 à 3</p> <p>Etude de cas individuelle sur table: à partir d'un cas donné en cours par le formateur, le stagiaire devra effectuer les recherches et diagnostics demandés. Durée: deux heures - Ordinateur à disposition</p> <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 4 à 9</p> <p>Projet professionnel individuel: à partir d'un cas donné en début de formation par le responsable pédagogique, le stagiaire devra proposer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux et concevoir une stratégie éditoriale. Ce travail est réalisé en dehors des cours et remis sous forme d'un dossier examiné par un jury compétent.</p> <p>Modalités de certification du bloc</p> <p>Le bloc 1 est certifié avec l'acquisition de 5 compétences sur 9 dont les compétences obligatoires: 4, 7 et 9</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 31936 - Le développement d'une activité commerciale et/ou son employabilité</p>	<p>Compétences attestées 26 à 30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poser des questions utiles afin de préciser les besoins • Elaborer une proposition commerciale qui respecte le brief client • Exprimer et expliquer à l'oral de manière claire, précise et synthétique sa proposition commerciale • S'appuyer une présentation visuelle claire et détaillée • Evaluer un budget à prévoir cohérent avec le brief client et la proposition commerciale <p>Modalités d'évaluations pour la compétence 26</p> <p>Devoir sur table individuel: à partir d'un brief client sommaire donné en cours par le formateur le stagiaire devra formuler des questions précises afin de préciser les besoins. Il devra justifier ces choix. Durée: deux heures - Ordinateur à disposition</p> <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 27 à 30</p> <p>Présentation orale: à partir d'un brief client donné par le responsable pédagogique en début de formation, le stagiaire devra présenter à l'oral devant un jury compétent sa proposition commerciale incluant un budget. Durée : 20 minutes</p> <p>Modalités de certification du bloc</p> <p>Le bloc 4 est certifié avec l'acquisition de 3 compétences sur 5 dont les compétences obligatoires: 27 et 28</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 31936 - La mise en oeuvre d'un projet de communication sur les médias sociaux</p>	<p>Compétences attestées 10 à 20</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les paramètres de configuration d'un compte ou d'une page des principaux réseaux sociaux • Utiliser et tirer profit, des fonctionnalités offertes par chacun des réseaux sociaux • Créer des visuels attrayants adaptés aux réseaux sociaux • Intégrer des contenus originaux et innovant dans leur forme (infographies dynamiques, contenus interactifs, GIF, etc.) • Intégrer les bonnes pratiques permettant un référencement et une visibilité optimale • Concevoir et mettre en place une mécanique événementielle sur un réseau social, tel qu'un jeu concours, un live tweet, etc • Choisir le format publicitaire et le type de publicité le plus adaptés au plan de communication • Déterminer les mots clés et le ciblage au sein de l'outil publicitaire • Choisir une plateforme en ligne pertinente permettant de créer un blog • Concevoir, créer et configurer un blog optimisé au référencement • Publier un article sur le blog en utilisant toutes les fonctionnalités de l'outil <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 10 à 15 et 18 à 20</p> <p>Projet professionnel individuel: à partir d'un cas donné en début de formation par le responsable pédagogique, le stagiaire devra mettre en oeuvre un plan de communication sur les réseaux sociaux. Pour ce faire il devra : créer et utiliser un compte sur les principaux réseaux sociaux, préparer et optimiser des contenus sur le thème de son choix s'inscrivant dans le plan de communication ainsi qu'organiser une mécanique événementielle. Il devra également concevoir un blog ainsi qu'écrire et publier un article de blog. Ce travail est réalisé en dehors des cours et remis sous forme d'un dossier examiné par un jury compétent.</p> <p>Modalités d'évaluations pour les compétences 16 et 17</p> <p>Devoir sur table individuel: à partir d'un cas donné en cours par le formateur, le stagiaire devra proposer, expliquer et concevoir une publicité pertinente répondant au sujet donné. Durée: deux heures - Ordinateur à disposition</p> <p>Modalités de certification du bloc</p> <p>Le bloc 2 est certifié avec l'acquisition de 6 compétences sur 11 dont les compétences obligatoires: 10, 16 et 19</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON		COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Nombre de personnes composant le jury : 5 Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 40% (soit deux personnes, un représentant des salariés et un représentant des employeurs, parité homme/femme respectée)
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Nombre de personnes composant le jury : 5 Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 40% (soit deux personnes, un représentant des salariés et un représentant des employeurs, parité homme/femme respectée)
En contrat de professionnalisation	X		Nombre de personnes composant le jury : 5 Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 40% (soit deux personnes, un représentant des salariés et un représentant des employeurs, parité homme/femme respectée)
Par candidature individuelle	X		Nombre de personnes composant le jury : 5 Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 40% (soit deux personnes, un représentant des salariés et un représentant des employeurs, parité homme/femme respectée)
Par expérience dispositif VAE prévu en 2018	X		Nombre de personnes composant le jury : 5 Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 40% (soit deux personnes, un représentant des salariés et un représentant des employeurs, parité homme/femme respectée)

	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 11 septembre 2018 au Journal officiel du 18 décembre 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour 5 ans au niveau II, sous l'intitulé "Community Manager " avec effet du 22 décembre 2014 au 18 décembre 2023.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :**Références autres :****Pour plus d'informations****Statistiques :****Autres sources d'information :**

[IMCI](#)

Lieu(x) de certification :

IMCI - 207, rue du Faubourg Saint Martin - 75010 Paris

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

IMCI - 207, rue du Faubourg Saint Martin - 75010 Paris

IMCI - 130 rue Frédéric Joliot - 13290 Aix en Provence

Historique de la certification :