

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 32036**

Intitulé

Chargé de négociation en communication et publicité numérique

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Diderot Education Campus - Enseigne IBS

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

Directrice générale

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

321n Conception : Définition des politiques journalistiques, conception des stratégies et campagnes publicitaires, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information, 312t Négociation et vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le/la Chargé(e) de négociation en communication et publicité numérique est un professionnel de la communication numérique, dont la fonction principale est, grâce à une analyse des produits ou services et du marché, d'établir une stratégie numérique appelée plan média, en sélectionnant les canaux de communication adaptés aux besoins des clients.

Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat :

Dans l'exercice de son métier, le Chargé de négociation en communication et publicité numérique est amené à exercer diverses activités

:

1. Analyse des besoins et du marché

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique réalise une étude préalable qui consiste à collecter toutes les informations relatives à un produit, un service ou une marque. Il analyse la typologie du client, son produit ou le service qu'il propose, son marché, son public, les tendances média relatives à ce secteur d'activité et identifie les problématiques du client. Ainsi, il détermine les besoins et définit les objectifs d'une campagne promotionnelle avec le commanditaire.

2. Conception d'un plan média adapté aux besoins du client :

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique propose les solutions cross media les plus performantes et adaptées aux besoins du client, en tenant compte des contraintes budgétaires. Il maîtrise toutes les solutions de communication existantes et évalue l'intérêt de chacune au regard des besoins du client puis sélectionne les canaux de communication pertinents et conçoit un plan média et une stratégie de promotion. Il répartit ensuite le budget de la campagne et vend le plan média et la combinaison de médias retenus en plus des espaces publicitaires eux-mêmes.

3. Négociation d'espaces publicitaires :

Pour négocier les espaces publicitaires, le charge(é) négociation en communication et publicité numérique étudie le marché publicitaire et propose à son client une stratégie de communication réaliste, adaptée à son budget. Il négocie les contrats de placement publicitaire et émet des ordres d'achat ou de vente. Le cas échéant, il ajuste la répartition budgétaire du plan média.

4. Suivi des indicateurs, analyse des résultats et ajustement de la campagne :

Pendant et après l'exécution des campagnes et des opérations de communication, le charge(é) négociation en communication et publicité numérique suit et contrôle la performance des différentes actions. Il analyse les indicateurs et rapports de performances et tire les conclusions nécessaires à la bonne poursuite de la campagne en cours. Il émet alors un panel de préconisations et utilise ses compétences en rédaction et communication pour les transmettre afin notamment de convaincre son client d'engager les ajustements nécessaires.

5. Développer un portefeuille clients et prospect :

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique définit un plan d'action commercial et développe un portefeuille clients. À ce titre, il vend ses solutions de communication, établit des devis et négocie les contrats. Pour chaque campagne, il réalise une étude de faisabilité, s'assurant entre autres de la rentabilité du projet. Le cas échéant, il apporte des correctifs soit pour fidéliser, soit pour optimiser ses marges. Enfin, il effectue le bilan de ses résultats et redéfinit le plan d'action commercial si besoin.

Le (la) titulaire est capable de :

- Analyser les besoins et le marché,
- Concevoir le plan média,
- Négocier les espaces publicitaires,
- Suivre les indicateurs, analyser les résultats et ajuster de la campagne,
- Gérer et développer le portefeuille client.

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

Le certifié exerce ses activités dans les structures suivantes :

chez un annonceur (en entreprise commerciale ou industrielle, en société de service en solutions de communication) ;

en régie publicitaire ;

en cabinet de conseil et agence de conseil en marketing, communication ou publicité ;

en agence média

en tant qu'indépendant.

Chargé(e) de négociation en communication et publicité numérique, Media Trader, Négociateur(trice) en solutions médias, Conseiller(e) commercial(e) en stratégie numérique, Chargé(e) de projet numérique, Chargé(e) d'affaires en solutions publicitaires, Chargé(e) de plan

média, Conseiller(e) en solutions média, Consultant(e) média, Analyste média.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1402 : Élaboration de plan média

M1702 : Analyse de tendance

D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification se compose de 5 blocs.

Pour toute voie d'accès, l'ensemble des blocs de compétences constitue la certification dans son entièreté.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 32036 - Analyse des besoins et du marché	<p>Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :</p> <p>Collecter les informations nécessaires auprès du client ou d'acteurs extérieurs (veille informationnelle et/ou concurrentielle). Analyser les besoins du client au regard de sa typologie (PME, multinationale, entreprise locale, institution, commerce de proximité, etc.), des forces et faiblesses du produit, des opportunités et contraintes du marché, de la stratégie de communication déjà en place, et du public ciblé. Définir les axes stratégiques d'amélioration et de développement média au regard de l'étude réalisée.</p> <p>Modalités d'évaluation et de certification :</p> <p>Étude d'un cas réel d'entreprise présenté sous forme de rapport et comportant les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">collecte des informations indispensables à l'étude ;identification de la stratégie de communication en place et de son historique ;détermination de la (ou des) problématique(s) ;définition de la typologie du client, des forces/faiblesses du produit, des opportunités/contraintes du marché ;analyse des besoins du client ;analyse du comportement du consommateur et de ses attentes ;définition du budget ;définition des objectifs de la campagne à réaliser. <p>Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.</p>

INTITULÉ**DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Bloc de compétence n°2 de la
fiche n° 32036 - Conception
d'un plan média adapté aux
besoins du client

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Proposer par écrit ou à l'oral des axes de développement du plan de communication média existant, en sélectionnant les canaux de communication adaptés afin de promouvoir le plus largement et le plus efficacement possible le produit ou service proposé par le client.
- Mettre en oeuvre de façon autonome, la stratégie de communication d'une entreprise en proposant un processus et des dispositifs de réalisation.
- Adapter un projet, une action afin de promouvoir le produit proposé par le client, en tenant compte de la stratégie définie et des contraintes budgétaires.

Modalités d'évaluation et de certification :

- Stage en entreprise incluant un passeport des compétences acquises validées par le tuteur.
- Oral de présentation d'un plan média proposé en stage.
- Étude de cas concret présentant une entreprise, ses problématiques et ses contraintes budgétaires avec la remise d'un dossier comprenant :
 - o analyse des besoins du client ;
 - o rapport de veille média ;
 - o préconisations d'amélioration de la communication existante ;
 - o proposition de solutions média adaptées destinées à promouvoir le plus largement et le plus efficacement possible le produit du client.

Une **attestation** sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

INTITULÉ**DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Bloc de compétence n°3 de la
fiche n° 32036 - Négociation
d'espaces publicitaires

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Analyser le marché publicitaire et réaliser les placements les plus performants au regard des objectifs de campagne.
- Définir la marge acceptable dans le cadre des transactions à intervenir.
- Négocier les contrats de placement et émettre des ordres d'achat ou de ventes avec les fournisseurs d'espaces publicitaires.
- Maîtriser les outils d'enchères en temps réel : RTB (Real Time Bidding), SSP (Supply Side Platform), DSP (Demand Side Platform), etc.
- Ajuster la répartition budgétaire entre les différents postes.

Modalités d'évaluation et de certification :

Mise en situation professionnelle en tant que négociateur d'espaces publicitaires, au travers de compétitions entre groupes d'étudiants pour identifier les plus performants.

Une **attestation** sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

INTITULÉ**DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 32036 - Suivi des indicateurs, analyse des résultats et ajustement de la campagne

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Construire et mettre en place des outils statistiques et indicateurs de performance.
- Réaliser des rapports de suivi d'activité.
- Analyser les résultats à l'aune des indicateurs et des rapports d'activité pour permettre d'apporter un regard critique sur la bonne conduite et la performance des campagnes en cours.
- Envisager les différentes solutions les plus adaptées pour émettre un panel de préconisations.
- Effectuer des arbitrages entre plusieurs solutions.

Modalités d'évaluation et de certification :

- Projets mis en œuvre dans des structures (de l'analyse des besoins à l'analyse de l'action menée), en réponse à de véritables commanditaires : présentation d'un support écrit soutenu en oral de groupe devant des enseignants et des professionnels.
- Oral de groupe présentant l'une des actions menées dans le cadre de la « junior agency ».

Une **attestation** sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

INTITULÉ**DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Bloc de compétence n°5 de la
fiche n° 32036 - Gestion et
développement d'un
portefeuille client

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Définir un plan d'action commercial.
- Conseiller une clientèle et élaborer des propositions commerciales.
- Maîtriser les techniques de vente de service à haute valeur ajoutée dans un contexte B2B (entreprise à entreprise).
- Gérer la relation client : techniques de communication et fidélisation, outils informatiques de gestion de la relation client (CRM).

Modalités d'évaluation et de certification :

- Étude de cas sur la base d'une entreprise avec remise d'un plan d'action motivé ayant pour objectif de :
 - cibler la clientèle à privilégier ;
 - identifier le(s) mode(s) de prospection adapté(s) à cette cible ;
 - évaluer la pertinence du mix communication à l'aide de la méthode SPANCO (Suspect, Prospect, Analysis, Negotiation, Closing, Order) ;
 - trouver le bon positionnement afin de vendre efficacement les solutions de l'entreprise ;
 - mettre en place un argumentaire de vente pertinent ;
 - estimer les retombées de l'action menée ;
 - adapter les actions en termes de négociation/vente et de suivi client.

Une **attestation** sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

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	<ul style="list-style-type: none"> • Président du jury ; • 2 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 1 enseignant professionnel diplômés d'écoles de commerce dispensant des cours professionnels ; • 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2017	X	<ul style="list-style-type: none"> • Président du jury ; • 2 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 1 enseignant professionnel diplômés d'écoles de commerce dispensant des cours professionnels ; • 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés, parmi lesquels deux représentent les employeurs, et deux les salariés.

	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 27 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 4 janvier 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II , avec effet du 29 septembre 2014 ,jusqu'au 4 janvier 2022.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Autres sources d'information :

[Site officiel](#)

Lieu(x) de certification :

Diderot Education Campus - Enseigne IBS : Île-de-France - Paris (75) [13 rue de la Fontaine au Roi 75011 Paris]

8 boulevard Ledru-Rollin 34000 Montpellier (siège social de l'autorité certifiante)

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

13 rue de la Fontaine au Roi 75011 Paris

Historique de la certification :