

## RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE – RNCP34413 REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION VISIPLUS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc 1- Analyse de la stratégie webmarketing et de la communication digitale du client ou de l'entreprise</b>			
<b>A1.1 Réalisation d'un audit stratégique</b>	C1.1. Réaliser un audit de la stratégie webmarketing et / ou communication d'une organisation en s'appuyant sur des éléments externes et internes afin d'émettre des préconisations auprès de la direction visant l'optimisation de la stratégie en question	<b>Etude de cas :</b>  Réalisation d'un audit de la stratégie webmarketing et de communication digitale d'une entreprise réelle ou fictive et élaboration de préconisations à mettre en œuvre.  Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise	Le/la candidat(e) réalise un audit des leviers et canaux de communication/distribution en respectant les méthodologies d'audit.
	C1.2. Identifier les personas (segment-cible) en analysant informations quantitatives et qualitatives afin d'améliorer l'efficacité de la stratégie envisagée		Il/elle identifie de manière exhaustive ces canaux et les moyens de communication utilisée par l'organisation.
<b>A1.2 Elaboration des préconisations</b>	C1.3. Définir des préconisations d'évolution en matière d'orientations stratégiques en évaluant les moyens humains, financiers et matériels à disposition au sein de l'organisation afin de soutenir la conception et le déploiement de la stratégie webmarketing et communication		Il/elle fait une évaluation pertinente du degré de maturité de l'organisation par rapport à sa présence numérique.

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

<p><b>A1.3 Planification du déploiement stratégique</b></p>	<p>C1.4. Etablir une planification du déploiement des orientations stratégiques en collaboration avec la direction, en s'appuyant sur les préconisations préalablement établies de manière à prendre en compte l'organisation globale de l'entreprise</p>		<p>Le/La candidat(e) tient compte de l'adéquation entre la stratégie, les moyens à disposition et les objectifs lors de la définition du positionnement concurrentiel de l'organisation.</p> <p>Le/la candidat(e) va tenir compte des résultats de l'audit préalablement effectué et des études de marché afin d'émettre des préconisations.</p> <p>Ces préconisations sont pertinentes et en adéquation avec les objectifs fixés par la direction de l'organisation</p> <p>Le/la candidat(e) démontre sa capacité à identifier les cibles prioritaires de l'entreprise puis à en analyser le comportement digital</p> <p>Un persona représentant précisément une cible est proposé</p> <p>Le/la candidat(e) démontre sa capacité à argumenter et défendre ses choix et orientations auprès d'une direction</p> <p>Le/la candidat(e) évalue de façon réaliste les moyens humains, matériels et financiers</p>
---	---	--	---

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

			<p>nécessaires au déploiement de la stratégie webmarketing et communication de l'organisation.</p> <p>Les étapes clés sont cohérentes par rapport à l'analyse des moyens (humains, matériels et financiers) nécessaires et disponibles.</p> <p>Le/la candidat(e) utilise un vocabulaire professionnel adapté et démontre sa capacité à convaincre son auditoire.</p>
<b>A1.4 veille stratégique et technologique</b>	C1.5. Réaliser une veille stratégique et technologique en mobilisant les techniques et outils de veille disponibles dans l'entreprise et/ou sur le secteur d'activité afin d'informer la Direction de toutes nouvelles opportunités et/ou menaces en termes d'orientation stratégique webmarketing et communication.	<p><b>Mise en situation professionnelle :</b></p> <p>Mise en place d'un dispositif de veille</p> <p>Le/la candidat(e) va devoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter le dispositif mis en œuvre dans le cas de son dispositif de veille.</li> <li>- restituer de manière synthétique les résultats de sa veille.</li> </ul> <p>Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise</p>	<p>Le/La candidat(e) respecte la démarche de conception et la réalisation d'une veille et intègre : l'identification des sources, le traitement, l'analyse et la diffusion des données de façon pertinente.</p> <p>Il/elle propose une analyse prospective des évolutions en matière de stratégie webmarketing et communication.</p> <p>Le/le candidat(e) démontre sa capacité à proposer une analyse synthétique et pertinente des résultats de sa veille</p>
	C1.6. Analyser les nouvelles techniques du webmarketing en les répertoriant en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation client ou de notoriété afin de les intégrer à la stratégie		

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc 2 : Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale</b>			
<b>A2.1 Elaboration du plan d'action</b>	C2.1. Développer le processus d'investissement publicitaire en mettant en place des campagnes marketing webmarketing et communication digitale afin d'augmenter la visibilité de l'organisation	<b>Etude de cas :</b>  Réalisation d'un plan d'actions à mettre en œuvre et répondant à la stratégie digitale de l'entreprise  Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise	Le/la candidat(e) évalue de façon réaliste les moyens humains, matériels et financiers à mobiliser  Les actions proposées sont pertinentes par rapport aux préconisations et aux objectifs formulés.  Le plan d'action permet de soutenir le développement de la stratégie globale de l'entreprise  Le/la candidat(e) démontre sa capacité à organiser son travail en fonction des objectifs qui lui sont fixés
	C2.2. Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement		
	C2.3. Etablir le planning des différentes actions marketing et communication digitales en intégrant les moyens humains, matériels et financiers nécessaires pour leur mise en œuvre, ainsi que le cadencement de l'ensemble des livrables, de manière à soutenir le développement de la stratégie globale dans les délais arrêtés.		
<b>A2.2 Conception de la stratégie de contenu de marque</b>	C2.4. Définir une stratégie de contenu de marque digitale, dans le respect de la charte graphique et éditoriale de l'organisation, en identifiant les canaux de diffusion et les leviers payant d'acquisition de trafic de manière à soutenir les objectifs stratégiques de développement commercial et de notoriété de l'entreprise	<b>Mise en situation professionnelle :</b>  Elaboration d'une stratégie de contenu de marque (ligne éditoriale, leviers de communication utilisés) et production d'un contenu qu'il	Le/la candidat(e) démontre sa capacité à analyser une ligne éditoriale de communication digitale et de resituer cette ligne dans une stratégie de communication plus globale de son entreprise.

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

<p><b>A2.3 Production de contenu de marque</b></p>	<p>C2.5. Produire du contenu digital à l'aide d'outils PAO adaptés et/ou d'un CMS dans le cadre de publication web, dans le respect de la stratégie de développement webmarketing et communication d'une organisation, de manière à soutenir le développement commercial et les objectifs en termes de notoriété de celle-ci.</p>	<p>aura élaboré grâce à des outils digitaux puis mis en ligne grâce à un CMS</p> <p>Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise</p>	<p>Il/elle sélectionne les leviers payants d'acquisition les plus adaptés à son entreprise et qui respectent la ligne éditoriale établie par son entreprise et qui répondent aux objectifs du plan d'action défini.</p> <p>Le/la candidat(e) démontre sa capacité à manipuler les outils digitaux de création de contenu afin de produire un contenu efficace et adapté à la ligne éditoriale fixée par la Direction, puis à publier ces contenus grâce à un CMS.</p> <p>Le/la candidat(e) démontre sa capacité créative tout en respectant une ligne éditoriale</p>
<p><b>A2.4 Choix des outils d'évaluation de la campagne digitale</b></p>	<p>C2.6. Déterminer les indicateurs digitaux les plus pertinents afin de suivre et analyser les résultats des actions menées afin d'optimiser la performance des campagnes engagées.</p>	<p><b>Etude de cas :</b></p> <p>Identification des KPI digitaux retenus dans le cadre du plan d'action et justification de leur pertinence.</p> <p>Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise</p>	<p>Le/la candidat(e) identifie les KPI digitaux les plus pertinents dans le cadre de la campagne de communication digitale menée.</p> <p>Il/elle met en place ces indicateurs pour collecter des données ou pour collecter les résultats des fonctionnalités analytiques proposées par certains KPI. Il mesure ensuite l'efficacité de la campagne dans son ensemble puis des différents canaux de communication exploités</p>

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc 3- Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale</b>			
<b>A3.1 Réalisation du cahier des charges</b>	C3.1. Concevoir un cahier des charges en présentant la planification des différentes étapes et détaillant les livrables attendues, les ressources humaines, financières et matérielles mobilisées afin de répondre aux besoins stratégiques de développement webmarketing et communication digitale.	<b>Étude de cas :</b> Réalisation d'un cahier des charges comprenant les différentes étapes, les livrables et les ressources nécessaires  Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise	Le/la candidat(e) recueille les besoins de son client et formalise ces besoins dans un document servant de base à la rédaction d'un cahier des charges.  Il/elle rédige un cahier des charges en respectant la méthodologie afférente à la rédaction de ce document et tout en tenant compte des ressources à disposition
<b>A3.2 Pilotage du projet</b>	C3.2. Mettre en œuvre des actions de communication et de promotion et off-line autour du projet en sélectionnant les leviers les plus appropriés afin de répondre aux critères du cahier des charges	<b>Étude de cas :</b> Réalisation d'un document de suivi de projet  Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise	Le/la candidat(e) propose une méthodologie de suivi et de gestion de projet réaliste et pertinente Il/elle justifie les actions de communication et de promotion déployées en indiquant les leviers digitaux et offline utilisés correspondants  Il/elle identifie les différentes étapes du projet à respecter et les
	C3.3. Superviser, piloter le déroulement d'un projet afin de garantir l'exécution/la réussite/l'atteinte des objectifs du projet.		

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

			<p>moyens nécessaires pour chacune des étapes</p> <p>Il/elle met en place des outils collaboratifs afin de faciliter les échanges et la communication entre les différents acteurs du projet</p> <p>Il/elle effectue un reporting synthétique reprenant les facteurs clés de réussite du projet et montre sa capacité à valoriser son projet auprès de sa direction</p>
<b>A3.3 Réalisation du bilan du projet</b>	C3.4. Suivre la mesure de l'audience et du trafic en se servant d'outils de web analyse afin d'analyser la performance des actions engagées	<p><b>Etude de cas :</b></p> <p>Réalisation d'une synthèse du bilan du projet sur le respect des objectifs fixés au début du projet en termes de budget, d'objectifs et de moyens et proposition d'actions de pérennisation ou correctives pour soutenir le plan de développement fixé par la Direction</p> <p>Le/la candidat(e) présente son projet d'entreprise lors d'une soutenance orale individuelle et restitue une analyse lors d'une épreuve écrite individuelle basée sur un cas d'entreprise</p>	<p>Le/la candidat(e) identifie les indicateurs pertinents afin d'évaluer la performance du projet mis en œuvre d'un point de vue économique, stratégique et organisationnel.</p> <p>Il/elle utilise ces indicateurs pour collecter des résultats, les analyser et synthétiser ces résultats afin de dresser le bilan du projet et l'atteinte totale ou partielle de ses objectifs</p>
	C3.5. Evaluer les résultats d'un projet de déploiement stratégique webmarketing et communication digitale en utilisant les indicateurs macro et micro-économiques préalablement déterminés, en analysant la performance financière de l'organisation ainsi que le respect des contraintes humaines, budgétaires et matérielles, et en identifiant les incidents et/ou plans d'actions réalisées de manière à dresser une comparaison entre la situation initiale et le résultat obtenu et de défendre ces résultats auprès de la direction de l'organisation		
<b>A3.4 Rédaction des préconisations d'amélioration</b>	C3.6 : Emettre des préconisations d'actions correctives en se basant sur l'analyse des résultats obtenus grâce aux indicateurs digitaux afin d'améliorer l'efficacité des actions		<p>Le/la candidat(e) démontre sa capacité à analyser des données chiffrées et à exploiter ces données</p> <p>Le/la candidat(e) synthétise les résultats obtenus suite à l'analyse des différents KPI mis en œuvre.</p>

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020

			<p>Il/elle envisage d'éventuelles nouvelles campagnes de communication sur le modèle des actions mises en œuvre qui se sont avérées efficace.</p> <p>Il/elle met en œuvre des actions correctives lorsque les objectifs atteints ne sont pas en phase avec les objectifs initialement fixés</p>
--	--	--	---

RESPONSABLE DE PROJET WEBMARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE - RNCP34413  
VISIPLUS

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 27/01//2020