

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 21788**

Intitulé

Manager de la marque

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Institut supérieur de communication et de publicité
(ISCOM)

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

Directeur de l'ISCOM

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

320n Conception : Etablissement de stratégies de relations publiques et de communication

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le (la) manager de la marque conseille la direction générale de l'entreprise (ou de l'organisation) et le comité de direction sur le pilotage de la stratégie et du projet de l'entreprise à partir de la politique de marque définie.

A l'écoute du marché national et international à court terme, en anticipant les nouvelles tendances de moyen terme et stimulant la politique d'innovation de long terme, il (elle) oriente les projets de développement du comité de direction, valide leurs débouchés économiques et leurs résultats potentiels en chiffre d'affaires.

En amont et pour le long terme, il (elle) conçoit la stratégie de la (des) marque(s) de l'entreprise à partir de laquelle se structure toute l'activité et la communication de l'entreprise

- 1- Concevoir la plateforme de la marque
 - conduire le dossier de planning stratégique
 - piloter des études stratégiques et psycho comportementales
 - définir les caractéristiques fondamentales de la marque selon un modèle stratégique
 - élaborer la plateforme de la marque
 - faire valider la plateforme en comité de direction
 - injecter la vision stratégique de la marque dans la stratégie de communication à 3 ans
- 2- Représenter la marque face à ses différents publics et manager sa réputation
 - définir et assurer la prise de parole de la marque vis à vis de ses différents interlocuteurs
 - animer le discours sur les médias électroniques
 - construire une relation privilégiée de la marque avec ses publics dans le cadre d'évènements
 - identifier les risques et piloter le dispositif de prévention des crises
 - concevoir la stratégie de communication de recrutement de la marque employeur
- 3- Piloter la réflexion prospective de l'entreprise
 - manager la veille de l'innovation et des tendances
 - orienter le travail de Recherche et Développement
 - représenter la marque dans des manifestations professionnelles

Les capacités attestées :

Conduire le dossier de planning stratégique, piloter des études stratégiques et psycho-comportementales complémentaires, définir les caractéristiques fondamentales de la marque selon un modèle stratégique, élaborer la plateforme de marque, faire valider la plateforme de marque en comité de direction, injecter la vision stratégique de la marque dans la stratégie de communication à trois ans.

Définir et assurer la prise de parole de la marque vis-à-vis de la presse, des pouvoirs publics, du secteur associatif, des partenaires sociaux, des collectivités territoriales. Animer le discours et la conversation de la marque avec ses publics sur les médias électroniques. Construire une relation privilégiée avec les publics internes et externes de la marque dans le cadre d'évènements. Identifier les risques et piloter le dispositif de prévention et de gestion des crises. Concevoir la stratégie de communication de recrutement de la marque. Manager la veille de l'innovation et des tendances employeur. Orienter le travail de la Recherche et développement (R&D). Représenter la marque dans des manifestations professionnelles.

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

les métiers de la marque s'exercent dans tous les secteurs économiques, en France et à l'étranger

secteurs d'activités

ils s'exercent :

- chez l'annonceur : dans les entreprises publiques et privées, les collectivités locales, les organisations professionnelles, le secteur associatif, en communication externe et interne, institutionnelle ou commerciale...

- en agence de conseil de stratégie de marque, de communication corporate, événementielle et digitale ...

selon la structure et le secteur d'activités dans lesquels le métier de manager de la marque est exercé son appellation est : directeur (trice) de la communication, digital project manager, chef (fe) de projet, project manager, planneur (euse) stratégique, planneur (euse) digital(e), content manager, social media manager, community manager, chef (fe) de projet web, consultant(e) marque, consultant e-reputation, design strategist, coordinateur (trice) grands événements, manager communication interne, consultant(e) newbusiness ...

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1104 : Conception de contenus multimédias

Modalités d'accès à cette certification**Descriptif des composantes de la certification :**

Concevoir la plateforme de marque : projet de création d'entreprise et de marque avec réalisation d'une analyse SWOT, recommandation de plan d'études et de prestataires spécialisés, élaboration d'un brief d'études, bilan de marque, conception d'une plateforme de marque, présentation du lancement d'une nouvelle marque, élaboration d'une bible de marque, analyse de marque à rebours.

Représenter la marque face à ses différents publics et manager sa réputation : élaboration d'une note stratégique de politique de responsabilité sociétale, construction d'un écosystème de communication institutionnelle digitale, recommandation d'événements de fédération de réseau, conception d'un projet de création scénographique, élaboration d'une note stratégique de prévention des risques, scénario de gestion de crise, élaboration d'une stratégie de marque employeur.

Piloter la réflexion prospective de l'entreprise : observatoire de l'innovation, notes de planning stratégique, production de contenus sur des blogs publics.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Président : Directeur général de l'Iscom. Le Directeur des études et 2 représentants des professionnels employeurs et salariés
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Président : Directeur général de l'Iscom. Le Directeur des études et 2 représentants des professionnels employeurs et salariés
En contrat de professionnalisation	X	Président : Directeur général de l'Iscom. Le Directeur des études et 2 représentants des professionnels employeurs et salariés
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2014	X	Président : Directeur général de l'Iscom. Le Directeur des études et 2 représentants des professionnels employeurs et 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 9 janvier 2015 publié au Journal Officiel du 30 janvier 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager de la marque" avec effet au 28 octobre 2010, jusqu'au 30 janvier 2020.

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

Nombre moyen de titulaires du titre par an : environ 30

Autres sources d'information :

infos@iscom.fr

Site Internet de l'autorité délivrant la certification

Lieu(x) de certification :

ISCOM - 4, Cité de Londres - 75009 PARIS

01 55 07 07 77

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

ISCOM - 4, Cité de Londres - 75009 PARIS

01 55 07 07 77

Historique de la certification :