

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 32000**

### Intitulé

Manager de la communication

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC)	Directeur

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (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

#### Présentation du (des) métier(s)

A la fois stratège et manager, le Manager de la communication globale élabore, pilote et évalue la stratégie globale de communication de l'organisation ainsi que sa stratégie de marque, en lien étroit avec la direction générale.

A ce titre, il conseille la direction générale dans sa stratégie de communication globale afin de faciliter l'adhésion de l'ensemble des parties prenantes au projet de l'organisation. Il implique l'ensemble des collaborateurs dans la mise en œuvre de la stratégie de marque.

Le Manager de la communication globale :

- définit et met en œuvre la stratégie de communication en interne comme en externe en cohésion avec la stratégie globale de l'entreprise. A la tête d'une équipe qu'il coordonne et anime, il est le garant de l'image de la société, de son identité et des valeurs qu'elle véhicule.
- assure un rôle de conseil aux unités, départements, filiales ou administrations dans la conduite d'actions de communication déclinées à partir de la stratégie globale de communication.
- est chargé des relations avec les différentes parties prenantes de l'entreprise et gère notamment les opérations de relations publiques, les grands événements internes et externes.

Le Manager de la communication globale exerce sa fonction dans des organisations de type :

- en entreprise / institution (souvent appelée « annonceur »), au sein d'une direction ou d'un service de communication
- chez un prestataire (agence conseil en communication).

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

Le Manager de la communication globale exerce principalement les activités suivantes :

1. Conçoit la stratégie de communication globale de l'entreprise, cohérente au niveau des valeurs et des messages diffusés, en France et/ou à l'international en lien avec la stratégie générale de l'entreprise
2. Déploie et pilote la stratégie de communication globale de l'entreprise en France et/ou à l'international en vue d'atteindre les objectifs stratégiques visés par la Direction et dans le cadre du respect des enveloppes budgétaires et des contraintes réglementaires
3. Définit et met en œuvre une stratégie de communication digitale, intégrée à la stratégie marketing, adaptée aux nouveaux comportements et usages des clients et à l'évolution du marché afin de permettre à l'entreprise d'être présente tout au long du parcours d'achat, de mieux convertir et ainsi accroître le volume d'affaires et renforcer l'image de marque de l'entreprise
4. Manage et encadre les équipes de communication (et marketing selon la taille de l'entreprise) afin de stimuler l'engagement individuel et collectif, et assurer l'atteinte des objectifs de la direction/ du département/du service
5. Détermine, structure et met en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise afin de peser sur l'opinion publique, de générer l'adhésion et/ou la mobilisation
6. Développe et anime un réseau partenaires et de prestataires en veillant à respecter et sauvegarder les intérêts de chacun des acteurs afin de soigner le capital-confiance de l'entreprise auprès de ses différents interlocuteurs, et performer en réseau

Le (la) titulaire de la certification est capable de :

### **1. Concevoir la stratégie de communication globale de l'entreprise**

-Analyser le contexte et identifier les tendances majeures de l'environnement de l'organisation déterminant les axes stratégiques de la communication globale

-Elaborer un bilan diagnostic complet du capital marque et des valeurs identitaires de l'organisation permettant d'articuler une stratégie de communication globale adaptée et cohérente

-Réaliser une cartographie détaillée de l'environnement médias et hors-média définissant un positionnement marketing et communication novateur et différenciateur

-Elaborer le plan de communication médias et hors médias en justifiant et motivant les arbitrages effectués

### **2. Déployer et piloter la stratégie de communication globale de l'entreprise**

-Construire le plan de communication globale sous ses différents aspects en planifiant sa mise en œuvre à l'aide des outils et des moyens appropriés

- Piloter la diffusion du plan de communication stratégique en interne et en externe à l'aide des outils et plateformes appropriées à chaque cible nationale ou internationale

-Décliner la charte graphique et la stratégie de marque dans l'élaboration des différents supports de communication associés

-Contrôler et évaluer en continu les retombées des campagnes de communication à l'aide de tableaux de bords intégrant les indicateurs synthétiques d'acquisition, de rentabilité et d'impact

### **3. Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale**

-Elaborer une stratégie digitale cohérente à partir d'une analyse de l'expérience client souhaitée et des objectifs stratégiques de la marque

-Concevoir et mettre en œuvre une stratégie social média en appliquant avec maîtrise les outils, techniques et contenus adaptés à chaque cible et à chaque support

- Identifier et saisir les opportunités d'innovation et de synergies tout au long du parcours client en mobilisant les différents supports de communication

- Définir la performance des actions digitales et évaluer les taux de retours sur investissement de manière à ajuster, corriger et optimiser la stratégie en place

### **4. Manager et encadrer les équipes de communication (et marketing selon la taille de l'entreprise)**

-Structurer et organiser le service communication, le coordonner et l'animer en assurant un relais managérial constant tant au niveau collectif qu'individuel

-Planifier et contrôler le travail des différents acteurs et relais en mode projets à l'aide des outils et des techniques appropriés

-Recruter et accompagner les collaborateurs dans la conduite du changement à l'aide de d'outils efficaces et de méthodes de management bienveillantes

-Recueillir et analyser les besoins en formation permettant d'élaborer une proposition de plan de formation étayée et budgétée.

### **5. Déterminer, structurer et mettre en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise**

- Définir et élaborer les contours d'une stratégie d'influence efficace à partir d'une cartographie formelle et dynamique des « *stakeholders* » accompagnée d'un plan d'action

- Formuler des préconisations managériales en termes de réputation et de risques permettant d'élaborer une stratégie de gestion préventive des crises

- Structurer et organiser les relations presse en utilisant les outils de gestion des relations adéquats

- Développer une stratégie de relations Publics et rédiger les messages en cohérence avec les objectifs et les valeurs de l'organisation

### **6. Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires**

-Concevoir une charte des engagements sociétaux de l'organisation et garantir son application tant en interne qu'en externe

-Définir et mettre en œuvre un plan de développement et de fidélisation des relations avec les partenaires en vue de garantir les intérêts communs

-Concevoir un brief permettant une sélection des prestataires. Etablir un cahier des charges avec les prestataires sélectionnés

-Suivre et coordonner les prestataires retenus (les risques liés à leur environnement...) à travers la mise en place de méthodes et d'outils de management efficaces

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

Tous secteurs d'activités

### **Au sein d'une Direction Communication**

- Social media manager / Responsable des activités internet

- Directeur de la communication

- Journaliste d'entreprise

- Responsable communication on line / Chargé de communication intranet
- Responsable de la communication événementielle
- Responsable de la communication externe et des relations publiques
- Responsable / Chargé de la communication interne ou externe
- Responsable des relations presse

#### **Au sein des Agences - Conseils en Communication**

- Chef de publicité
- Consultant en communication
- Directeur de clientèle
- Média planneur / Chargé d'études média
- Planneur stratégique
- Traffic manager

Le Manager de la communication globale peut également être consultant dans le domaine de la communication d'entreprise (création d'une identité et de ses valeurs, stratégie de communication, relations presse...).

#### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

**E1103** : Communication

**M1705** : Marketing

#### **Réglementation d'activités :**

L'activité du Manager de la communication globale n'est pas réglementée en tant que telle, en revanche, il doit être en mesure d'appliquer une réglementation précise dans le domaine de la Communication et notamment la législation (cadres réglementaires) suivante :

- Aspects juridiques et pratiques de la Loi Sapin suite à la publication du décret du 9 février 2017 relatifs aux prestations de publicité digitale,
- Evolutions légales et jurisprudentielles relatives à la loi Evin
- Suite à l'obligation légale de désigner un médiateur de la consommation et d'en informer ses clients sur tous supports adaptés (éditeurs de contenu et de services en ligne) depuis le 1er janvier 2016
- Secteur publicitaire : protection de la publicité et réglementation de la publicité
- Droits à l'image
- Propriété intellectuelle (droit d'auteur, marque)
- Pratiques commerciales
- Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) à compter du 25 mai 2018....

Au niveau international

- la convention de Berne sur le droit d'auteur
- la convention de l'Union internationale des télécommunications...
- le code des pratiques légales de la Chambre de Commerce Internationale

#### **Modalités d'accès à cette certification**

##### **Descriptif des composantes de la certification :**

- Compétences associées à la conception de la stratégie de communication globale de l'entreprise
- Compétences associées au déploiement et au pilotage de la stratégie de communication globale de l'entreprise
- Compétences associées à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale
- Compétences associées au management et à l'encadrement des équipes de communication (et marketing selon la taille de l'entreprise)
- Compétences associées à la détermination, structuration et mise en place d'une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'e-influence de l'entreprise
- Compétences associées au développement et à l'animation d'un réseau de partenaires et de prestataires

##### **Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 32000 - Concevoir la stratégie de communication globale de l'entreprise</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analyser le contexte et identifier les tendances majeures de l'environnement de l'organisation</li> <li>2. Elaborer un bilan diagnostique complet du capital marque et des valeurs identitaires permettant d'articuler une stratégie de communication globale</li> <li>3. Réaliser une cartographie détaillée de l'environnement médias et hors média</li> <li>4. Elaborer le plan de communication médias et hors médias</li> </ol> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cas pratique</li> <li>- rapport individuel</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 32000 - Manager et encadrer les équipes de communication (et de marketing selon la taille de l'entreprise)</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. Structurer et organiser le service communication, le coordonner et l'animer</li> <li>14. Planifier et contrôler le travail des différents acteurs et relais en mode projets</li> <li>15. Recruter et accompagner les collaborateurs dans la conduite du changement</li> <li>16. Recueillir et analyser les besoins en formation permettant d'élaborer une proposition de plan de formation étayée et budgétée</li> </ol> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cas pratique</li> <li>- rapport individuel</li> </ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 32000 - Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <p>9. Elaborer une stratégie digitale cohérente à partir d'une analyse de l'expérience client souhaitée et des objectifs stratégiques de la marque</p> <p>10. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie social média en appliquant avec maîtrise les outils, techniques et contenus adaptés</p> <p>11. Identifier et saisir les opportunités d'innovation et de synergies tout au long du parcours client en mobilisant les différents supports de communication</p> <p>12. Définir la performance des actions digitales et évaluer les taux de retours sur investissement de manière à ajuster, corriger et optimiser la stratégie en place</p> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dossier pratique</li> <li>- rapport individuel</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 32000 - Déployer et piloter la stratégie de communication globale de l'entreprise</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <p>5. Construire le plan de communication globale en planifiant sa mise en oeuvre</p> <p>6. Piloter la diffusion du plan de communication stratégique en interne et en externe</p> <p>7. Décliner la charte graphique et la stratégie de marque dans l'élaboration des différents supports de communication associés</p> <p>8. Contrôler et évaluer en continu les retombées des campagnes de communication à l'aide de tableaux de bords intégrant les indicateurs synthétiques d'acquisition, de rentabilité et d'impact</p> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dossier pratique</li> <li>- rapport individuel</li> </ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 32000 - Déterminer, structurer et mettre en place une communication d'influence (stratégie d'influence) et d'influence de l'entreprise</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <p>17. Définir et élaborer les contours d'une stratégie d'influence efficace à partir d'une cartographie des « stakeholders » accompagnée d'un plan d'action</p> <p>18. Formuler des préconisations managériales en termes de réputation et de risques permettant d'élaborer une stratégie de gestion préventive des crises</p> <p>19. Structurer et organiser les relations presse en utilisant les outils de gestion des relations adéquats</p> <p>20. Développer une stratégie de relations Publics et rédiger les messages en cohérence avec les objectifs et les valeurs de l'organisation</p> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <p>- dossier pratique</p> <p>- rapport individuel</p>
<p>Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 32000 - Développer et animer un réseau de partenaires et de prestataires</p>	<p><b><u>Capacités attestées</u></b></p> <p>21. Concevoir une charte des engagements sociétaux de l'organisation et garantir son application tant en interne qu'en externe</p> <p>22. Définir et mettre en œuvre un plan de développement et de fidélisation des relations avec les partenaires</p> <p>23. Concevoir un brief permettant une sélection des prestataires. Etablir un cahier des charges avec les prestataires sélectionnés</p> <p>24. Suivre et coordonner les prestataires à travers la mise en place de méthodes et d'outils de management efficaces</p> <p><b><u>Modalités d'évaluation</u></b></p> <p>- cas pratique</p> <p>- rapport individuel</p>

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Président du Jury, 1 chef / dirigeant d'entreprise ou DRH, 2 directeurs / managers de la communication, 2 représentants de l'AIPF
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Président du Jury, 1 chef / dirigeant d'entreprise ou DRH, 2 directeurs / managers de la communication, 2 représentants de l'AIPF
En contrat de professionnalisation	X		Président du Jury, 1 chef / dirigeant d'entreprise ou DRH, 2 directeurs / managers de la communication, 2 représentants de l'AIPF
Par candidature individuelle		X	
Par expérience dispositif VAE	X		Jury VAE : Président du Jury National (représentant AIPF) - 2 représentants de syndicats salariés et patronaux - 2 professionnels du métier visé par la certification

	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 17 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, avec effet au 29 septembre 2014, jusqu'au 21 décembre 2022.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

Sur les promotions 2012, 2013, 2014, 2015 et 2016, on dénombre 749 titulaires de la certification soit en moyenne 150 par promotion.

##### Autres sources d'information :

[www.ecoles-supdecom.com](http://www.ecoles-supdecom.com)

[https://brest-opencampus.com/ecoles/sup\\_com/](https://brest-opencampus.com/ecoles/sup_com/)

##### Lieu(x) de certification :

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Auvergne Rhône-Alpes - Rhône ( 69) [LYON]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Île-de-France - Hauts-de-Seine ( 92) [PUTEAUX]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Pays de la Loire - Loire-Atlantique ( 44) [NANTES]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Hérault ( 34) [MONTPELLIER]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Alpes-Maritimes ( 06) [NICE]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Auvergne Rhône-Alpes - Isère ( 38) [GRENOBLE]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Aquitaine Limousin Poitou-Charentes - Gironde ( 33) [BORDEAUX]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Nord-Pas-de-Calais Picardie - Somme ( 80) [AMIENS]

Association Internationale pour la formation (AIPF) - Institut de recherche et d'action commerciale (IDRAC) : Bretagne - Finistère ( 29) [BREST]

AIPF

47 rue Sergent Michel Berthet

CP 607

69258 LYON Cedex 09

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

SUP'DE COM Amiens - 5 Boulevard du Port d'Aval - 80000 AMIENS

SUP'DE COM Bordeaux - 114 rue Lucien Faure - 33300 BORDEAUX

SUP'DE COM Grenoble - 3 bis rue de la Condamine - 38610 GIERES

SUP'DE COM Lyon - 47 rue Sergent Berthet - CP 607 - 69258 Lyon Cedex 09

SUP'DE COM Montpellier - Parc Euromédecine - 499 rue de la Croix Verte - 34000 Montpellier

SUP'DE COM Nantes - 16 boulevard Général de Gaulle - 44200 Nantes

SUP'DE COM Nice - Natura B4 - 1200 avenue Maurice Donat - 06250 Sophia Antipolis

SUP'DE COM Paris - 20 bis Jardins Boieldieu - 92071 LA DEFENSE Cedex

SUP'DE COM Brest - 8 rue de Kervezennec - 29200 BREST

**Historique de la certification :**