

Community manager

RNCP19397 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320m
Code(s) ROME	E1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	09/08/2019

Certificateur(s)

INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE · SIRET : 77573724000322

Institut de formation commerciale permanente (IFOCOP)

<http://www.ifocop.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le "Community Manager" (ou gestionnaire de communautés digitales) est responsable de la notoriété positive on-line d'une entreprise, d'une marque ou d'un produit. Il assure l'animation des communautés associées.

Il fédère, développe, gère et anime des communautés on-line et off line via les réseaux sociaux pour développer la notoriété d'une marque, d'un produit, d'un projet.

Il interagit avec les clients et les prospects. Il crée un réseau de prescripteurs (ou influenceurs) au service de son objectif. Il les incite à produire du contenu favorable à la marque. Il crée de l'animation virale (buzz) via des opérations marketing (débats, jeux, concours, réunion off line,...) nécessaires à la valorisation du contenu du site.

Il conduit le référencement du site via les réseaux sociaux et les ombres conversationnelles. Il est souvent amené à conduire les autres aspects du référencement (naturel comme payant), à mettre en place des indicateurs d'audience, à les analyser et proposer ou activer des opérations correctives.

Il possède une très bonne connaissance des plateformes communautaires et assure une veille technologique pour identifier leurs évolutions.

Il assure une veille concurrentielle (benchmarking).

Il est garant de l'identité numérique de l'entreprise ou des produits (e-réputation).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

Définir et piloter la stratégie de communication sur le web de l'entreprise en lien avec les Directions Générales et Marketing.

Développer la notoriété positive de l'entreprise sur le web.

Attirer, fédérer et développer des communautés autour de produit, de la marque.

Animer et modérer ces communautés.

Fidéliser les internautes par des actions web marketing.

Créer et faire vivre des communautés : organiser des événements fédérateurs, faire remonter les remarques et suggestions des membres.

Identifier, solliciter et valoriser les bloggeurs influents pour la création de contenu positifs.

Définir des indicateurs (fréquentation, notoriété, de satisfaction...) pour suivre la vie de la communauté, produire des statistiques et des tableaux de bord.

Mettre en oeuvre les actions correctives.

Faire les reportings auprès de son (ou ses) responsable(s).

Signaler les bugs de fonctionnalité du site et veiller à la disponibilité de la plateforme.

Faire de la veille sur les plateformes émergentes et sur la gestion de communautés des organisations concurrentes.

Surveiller l'e-réputation et agir en cas de risque pour l'entreprise.

Identifier les médias sociaux qui s'expriment sur l'organisation.

Participer aux échanges et les modérer.

Créer la chartre d'utilisation de la communauté.

Faire respecter les règles éthiques.

Mettre en place et optimiser le référencement.

Créer et améliorer un site web ou un blog.

Rédiger des contenus.

Gérer la relation à distance entre l'organisation et les membres de la communauté (transmission de demande d'adhésion, abonnement, réclamation...).

Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction des internautes et proposer des axes d'amélioration.

Gérer l'historique et l'archivage des contenus produits par la communauté.

Blocs de compétences

RNCP19397BC01 — Elaborer une stratégie de présence sur le web

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences :

- Déterminer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux en fonction des objectifs de l'entreprise
- Définir la stratégie d'audience et de référencement naturel et payant
- Gérer une campagne publicitaire en ligne

Modalités d'évaluation :

- Etude de cas portant sur le marketing stratégique : Elaborer une stratégie en cohérence avec les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Etude de cas sur la publicité en ligne : Elaborer une campagne publicitaire en ligne et en analyser les retombées
- Etude de cas portant sur le référencement : Construire une campagne de référencement efficace basée sur la pertinence des mots-clés et la rédaction de contenus influent sur le référencement naturel.

Sanction :

La réussite aux épreuves de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 1 - validité 5 ans

Pour l'obtention de la certification totale, validation d'une expérience professionnelle dans le métier sur production d'un dossier professionnel

RNCP19397BC02 — Créer, fédérer et animer des communautés sur le web

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences :

- Créer des lieux d'échanges et de communication (forum, blogs...)
- Développer le marketing viral
- Recruter et fidéliser des membres pour la communauté
- Qualifier des membres influents et des prescripteurs
- Recueillir et diffuser les remarques et suggestions auprès de la communauté
- Mettre en ligne des sujets permettant de susciter le partage et les débats
- Gérer les retours des membres et gérer les espaces d'échanges de la communauté

Modalités d'évaluation :

- Création d'un site web référencé (HTML ou CMS) : Créer un site et mettre en place la communication ciblées sur les réseaux sociaux. Mettre en place le référencement pour une vision optimale du site.

Sanction :

La réussite à l'épreuve de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 2 - validité 5 ans

Pour l'obtention de la certification totale, validation d'une expérience professionnelle dans le métier sur production d'un dossier professionnel

RNCP19397BC03 — Veiller à la bonne réputation numérique de l'organisation (e-reputation)

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences :

- Contrôler et optimiser l'identité numérique de l'entreprise (gestion de l'e-reputation)
- Analyser les commentaires négatifs et produire des réponses adaptées
- Gérer une crise communautaire et restaurer l'image de l'entreprise

Modalités d'évaluation :

- En lien avec le bloc 4 : Etude de cas portant sur le Community management : Mettre en place une stratégie social-média et en analyser les résultats

Sanction :

La réussite aux épreuves de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 3 - validité 5 ans

Pour l'obtention de la certification totale, validation d'une expérience professionnelle dans le métier sur production d'un dossier professionnel

RNCP19397BC04 — Suivre et optimiser l'activité

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences :

- Gérer la relation à distance entre l'organisation et les membres de la communauté
- Contrôler la disponibilité de la plateforme ou du site et en optimiser les fonctionnalités
- Organiser la veille sur la concurrence
- Mesurer l'audience

Modalités d'évaluation :

- Etude de cas portant sur le webmarketing : Bâtir une stratégie webmarketing (mise en place de systèmes de personnalisation et de fidélisation en ligne, ainsi que des outils de support clients sur internet)

Sanction :

La réussite aux épreuves de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 3 - validité 5 ans

Pour l'obtention de la certification totale, validation d'une expérience professionnelle dans le métier sur production d'un dossier professionnel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le "Community Manager" travaille soit comme indépendant (free-lance, conseil, consultant), soit en agence web, agences digitales marketing, agences de communication/de publicité, pôles de Community Manager (à l'instar des centres d'appel), éditeurs web, éditeurs de jeux vidéo, e-commerçants, e-entreprises (Pure Players), grande ou moyenne entreprises de tous secteurs.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Community Manager. Webmarketer. Responsable communication on-line. Responsable communication digitale. Rédacteur web. Consultant en communication. Chargé d'étude média.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €

Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

25% de représentants de l'Institut

25% de représentants de l'Administration

50% de professionnels exerçant dans la fonction ou expert

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 09/08/2019

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP34186

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/19397/>