

# Manager de la communication et du marketing digital

RNCP26837 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 7                   |
| Code(s) NSF             | 320                        |
| Code(s) ROME            | E1103, E1401, E1402, M1702 |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement sur demande |
| Date d'enregistrement   | 07/09/2016                 |
| Date d'échéance         | 07/09/2019                 |

## Certificateur(s)

INST ETUDES ECONOMIQUES COMMERCIALES · SIRET : 31240903000102

Institut des hautes études économiques commerciales (INSEEC Bordeaux)

<http://www.masters.inseec.com>

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

### ACTIVITÉS VISÉES

Les activités du Manager de la Communication et du Marketing Digital sont très variées. Tout dépend de l'organisation (taille, secteur d'activité, structure, etc.) dans laquelle la personne exerce son métier.

Chez l'annonceur, le Manager de la communication définit la stratégie, élabore les objectifs de communication en lien avec les acteurs internes (directions générale, commerciale, marketing et RH). Il assure le suivi de la réalisation de la stratégie soit en gérant le projet en interne, soit en gérant la relation de sous-traitance avec l'agence.

En agence, il définit l'offre de l'agence, développe les actions de commercialisation et prend en charge la relation de conseil et d'accompagnement de l'annonceur avec les autres experts de l'agence.

### COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences dont le « Manager de la Communication et du Marketing Digital » doit faire preuve sont :

- Définir et piloter la stratégie de communication de l'entreprise en cohérence avec les valeurs de la marque et les messages diffusés
- Elaborer un diagnostic stratégique de l'entreprise et déterminer les priorités en termes de communication sur la(les) cible(s) identifiée(s)
- Formuler les valeurs cibles de l'entreprise et articuler une proposition de valeur cohérente
- Décliner la vision globale de l'entreprise en vue d'une communication différenciée
- Garantir la cohérence de chacun des axes de communication
- Définir et justifier les arbitrages sur les leviers de communication à déployer en priorité
- Définir les objectifs d'une campagne publicitaire et les retranscrire dans des briefs clairs et actionnables pour les prestataires
- Réaliser un plan de communication sous ses différents aspects (communication interne, externe, corporate, web) en optimisant stratégies média, plurimedias ou cross médias
- Définir les objectifs d'une politique de communication institutionnelle en termes de culture d'entreprise et d'image aussi bien en interne qu'en externe
- Organiser la mise en place de la communication globale (outils et moyens alloués, supports et contenus)
- Définir le positionnement et planifier la réalisation d'un événement
- Mettre en place une stratégie proactive de gestion de crise, et un dispositif de gestion de crise

- Définir l'identité et le territoire de marque et proposer un positionnement clair pour rendre la marque performante
- Proposer les contours d'une charte graphique pour la marque ou le produit
- Elaborer un budget de communication en fonction des contraintes et des objectifs
- Elaborer du brand content
- Etablir une stratégie des moyens
- Concevoir et réaliser un packaging produit ou un logo de marque
- Recueillir et analyser les changements et les tendances comportementales et socio-culturelles des consommateurs
- Concevoir une étude et interpréter les comportements des segments de clientèle
- Répartir le budget sur les différents canaux de communication
- Maximiser la performance de chacun des leviers d'acquisition, puis mettre en place les tableaux de bord permettant d'évaluer en continu la performance d'une ou plusieurs actions de communication
- Synthétiser et présenter les retombées d'une campagne
- Mettre en place les actions correctives permettant d'optimiser la satisfaction client
- Concevoir et exécuter une stratégie de présence efficace sur les médias sociaux
- Définir et mettre en place les actions de fidélisation adaptées sur les différents segments
- Elaborer une stratégie de présence sur les médias digitaux, et répartir le budget de communication global sur les canaux les plus appropriés
- Définir les objectifs de performance par canal et évaluer les retours sur investissement de manière à corriger/adapter le plan de communication
- Définir l'expérience utilisateur souhaitée et la décliner selon les différents supports
- Développer un site Internet dynamique
- Rédiger un brief à l'attention du client et choisir le prestataire adéquat
- Etablir un budget à partir d'une bonne connaissance des différents postes de dépense
- Etablir un cahier des charges et le présenter efficacement au cours d'une réunion agence/annonceur
- Suivre et coordonner le travail de plusieurs acteurs en mode projet
- Organiser le brief et négocier les tarifs avec l'agence
- Mettre en place les ressources financières et humaines nécessaires pour répondre à un appel d'offre
- Construire un tableau de bord stratégique, de gestion et opérationnel
- Formuler des recommandations de management propres à animer la démarche budgétaire avec efficacité
- Calculer, analyser et interpréter les écarts avec exactitude
- Calculer les prévisions budgétaires et les mettre en œuvre
- Structurer, recruter, animer et motiver les équipes à travers la mise en place d'outils de management efficaces
- Organiser le travail d'une équipe et déterminer les objectifs individuels et collectifs
- Contrôler et évaluer le travail et les résultats progressifs d'une équipe
- Animer efficacement une réunion, aussi bien en interne qu'avec les différents prestataires

## Secteur d'activité et type d'emploi

### SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteurs d'activité :

Les métiers de la communication étant par nature d'une grande diversité, les titulaires de la certification Manager de la Communication et du Marketing Digital peuvent exercer leur métier aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public, quels que soient le statut et la taille de la structure.

Selon la taille de l'entreprise, les titulaires du titre peuvent exercer leur métier au sein :

- de grandes entreprises annonceurs (groupes français ou internationaux),
- de PME-PMI,
- d'agence de communication en fonction de leur spécialisation :
  - o Publicité médias,
  - o Marketing direct,
  - o Web,
  - o Communication corporate : communication d'entreprise, communication institutionnelle, communication de crise, communication interne
  - o Relations Presse et Relations Publiques
  - o Design

- o Communication Événementielle
- o Sponsoring ou mécénat
- o Communication B to B
- o Communication Financière
- de sociétés de service, d'établissements de recherche, d'organismes culturels,
- de collectivités territoriales, institutions publiques ou associations, etc.

La taille de ces organisations varie en fonction du chiffre d'affaires et du nombre de salariés essentiellement.

#### TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

L'activité varie selon le secteur (média, industrie, service...), la taille de la structure et les budgets. Par ailleurs, des petites structures qui répondent à une demande de communication de proximité pour les marchés « nouveaux » liés aux nouvelles technologies voient le jour depuis quelques années.

La liste suivante, non exhaustive, présente les différentes fonctions que peuvent exercer les détenteurs de la certification Manager de la Communication et du Marketing Digital:

- Directeur de la Communication
- Responsable de la Communication
- Responsable de la Communication Externe
- Responsable des Relations Extérieures
- Responsable de Communication Événementielle
- Responsable Communication Online
- Traffic Manager
- Digital Account Manager
- Responsable de la Communication Interne
- Responsable des Relations Presse
- Chargé des Relations Publiques
- Directeur du Planning Stratégique
- Média Planner
- Acheteur Média
- Consultant en Communication
- Directeur de Clientèle
- Chef de Publicité
- Responsable de Projet Publicitaire
- Chargé / Chef de Projet Communication
- Responsable des Partenariats
- Brand Ambassador
- Directeur de Création Communication Multimédia
- Chargé d'Etudes Médias
- Webmaster Concepteur de sites Web
- Chargée de Projet Web
- Responsable de Conception Communication Multimédia
- Chef de Groupe Publicité

En fonction de l'expérience et de l'ancienneté dans le poste occupé, le Titulaire du Titre peut-être Directeur, Responsable ou Chargé de communication / du marketing digital.

#### RÈGLEMENTATIONS 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).

|                                            |                                                                                                       |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tension de recrutement (DARES 2024)</b> | Faible (2/5)<br>Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 2 sur 5. |
| <b>Facteurs principaux</b>                 | Manque de main-d'œuvre disponible                                                                     |

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Salaire médian (mensuel)</b>          | 3 126 €                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>   | R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)<br>U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible)<br>U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) |
| <b>Projets de recrutement (BMO 2026)</b> | 11 672                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Jugés difficiles à recruter</b>       | 26 %                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Emplois saisonniers</b>               | 10 %                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>   | R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique<br>U0X80 — Assistants de la communication<br>U0X90 — Cadres de la communication                                                                                |

## Voies d'accès

### MODALITÉS D'ACCÈS

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

### PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

50% salariés

50% employeurs

## Base légale

|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| <b>Date de décision</b>                    | 07/09/2016 |
| <b>Durée de l'enregistrement</b>           | 3 ans      |
| <b>Date d'échéance de l'enregistrement</b> | 07/09/2019 |

## Liens avec d'autres certifications

### NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP34577

## Pour plus d'informations

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/26837/>