

Chargé de négociation en communication et publicité numérique

RNCP32036 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312t, 320, 321n
Formacode(s)	34582, 34074, 46354
Code(s) ROME	E1402, E1401, D1402, M1702, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/01/2022

Certificateur(s)

DIDEROT EDUCATION CAMPUS · SIRET : 43248059800122

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le/la Chargé(e) de négociation en communication et publicité numérique est un professionnel de la communication numérique, dont la fonction principale est, grâce à une analyse des produits ou services et du marché, d'établir une stratégie numérique appelée plan média, en sélectionnant les canaux de communication adaptés aux besoins des clients.

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

Dans l'exercice de son métier, le Chargé de négociation en communication et publicité numérique est amené à exercer diverses activités :

1. Analyse des besoins et du marché

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique réalise une étude préalable qui consiste à collecter toutes les informations relatives à un produit, un service ou une marque. Il analyse la typologie du client, son produit ou le service qu'il propose, son marché, son public, les tendances média relatives à ce secteur d'activité et identifie les problématiques du client. Ainsi, il détermine les besoins et définit les objectifs d'une campagne promotionnelle avec le commanditaire.

2. Conception d'un plan média adapté aux besoins du client :

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique propose les solutions cross media les plus performantes et adaptées aux besoins du client, en tenant compte des contraintes budgétaires. Il maîtrise toutes les solutions de communication existantes et évalue l'intérêt de chacune au regard des besoins du client puis sélectionne les canaux de communication pertinents et conçoit un plan média et une stratégie de promotion. Il répartit ensuite le budget de la campagne et vend le plan média et la combinaison de médias retenus en plus des espaces publicitaires eux-mêmes.

3. Négociation d'espaces publicitaires :

Pour négocier les espaces publicitaires, le charge(é) négociation en communication et publicité numérique étudie le marché publicitaire et propose à son client une stratégie de communication réaliste, adaptée à son budget. Il négocie les contrats de placement publicitaire et émet des ordres d'achat ou de vente. Le cas échéant, il ajuste la répartition budgétaire du plan média.

4. Suivi des indicateurs, analyse des résultats et ajustement de la campagne :

Pendant et après l'exécution des campagnes et des opérations de communication, le charge(é) négociation en communication et publicité numérique suit et contrôle la performance des différentes actions. Il analyse les indicateurs et rapports de performances et tire les conclusions nécessaires à la bonne poursuite de la campagne en cours. Il émet alors un panel de préconisations et utilise ses compétences en rédaction et communication pour les transmettre afin notamment de convaincre son client d'engager les ajustements nécessaires.

5. Développer un portefeuille clients et prospect :

Le charge(é) négociation en communication et publicité numérique définit un plan d'action commercial et développe un portefeuille clients. À ce titre, il vend ses solutions de communication, établit des devis et négocie les contrats. Pour chaque campagne, il réalise une étude de faisabilité, s'assurant entre autres de la rentabilité du projet. Le cas échéant, il apporte des correctifs soit pour fidéliser, soit pour optimiser ses marges. Enfin, il effectue le bilan de ses résultats et redéfinit le plan d'action commercial si besoin.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Analyser les besoins et le marché,
- Concevoir le plan média,
- Négocier les espaces publicitaires,
- Suivre les indicateurs, analyser les résultats et ajuster de la campagne,
- Gérer et développer le portefeuille client.

Blocs de compétences

RNCP32036BC01 — Analyse des besoins et du marché

LISTE DE COMPÉTENCES

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

Collecter les informations nécessaires auprès du client ou d'acteurs extérieurs (veille informationnelle et/ou concurrentielle).

Analyser les besoins du client au regard de sa typologie (PME, multinationale, entreprise locale, institution, commerce de proximité, etc.), des forces et faiblesses du produit, des opportunités et contraintes du marché, de la stratégie de communication déjà en place, et du public ciblé.

Définir les axes stratégiques d'amélioration et de développement média au regard de l'étude réalisée.

Modalités d'évaluation et de certification :

Étude d'un cas réel d'entreprise présenté sous forme de rapport et comportant les éléments suivants :

collecte des informations indispensables à l'étude ;

identification de la stratégie de communication en place et de son historique ;

détermination de la (ou des) problématique(s) ;

définition de la typologie du client, des forces/faiblesses du produit, des opportunités/contraintes du marché ;

analyse des besoins du client ;

analyse du comportement du consommateur et de ses attentes ;

définition du budget ;

définition des objectifs de la campagne à réaliser.

Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP32036BC02 — Conception d'un plan média adapté aux besoins du client

LISTE DE COMPÉTENCES

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

• Proposer par écrit ou à l'oral des axes de développement du plan de communication média existant, en sélectionnant les canaux de communication adaptés afin de promouvoir le plus largement et le plus efficacement possible le produit ou service proposé par le client.

• Mettre en oeuvre de façon autonome, la stratégie de communication d'une entreprise en proposant un processus et des dispositifs de réalisation.

• Adapter un projet, une action afin de promouvoir le produit proposé par le client, en tenant compte de la stratégie définie et des contraintes budgétaires.

Modalités d'évaluation et de certification :

- Stage en entreprise incluant un passeport des compétences acquises validées par le tuteur.

- Oral de présentation d'un plan média proposé en stage.
- Étude de cas concret présentant une entreprise, ses problématiques et ses contraintes budgétaires avec la remise d'un dossier comprenant :
 - o analyse des besoins du client ;
 - o rapport de veille média ;
 - o préconisations d'amélioration de la communication existante ;
 - o proposition de solutions média adaptées destinées à promouvoir le plus largement et le plus efficacement possible le produit du client.

Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP32036BC03 — Négociation d'espaces publicitaires

LISTE DE COMPÉTENCES

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Analyser le marché publicitaire et réaliser les placements les plus performants au regard des objectifs de campagne.
- Définir la marge acceptable dans le cadre des transactions à intervenir.
- Négocier les contrats de placement et émettre des ordres d'achat ou de ventes avec les fournisseurs d'espaces publicitaires.
- Maîtriser les outils d'enchères en temps réel : RTB (Real Time Bidding), SSP (Supply Side Platform), DSP (Demand Side Platform), etc.
- Ajuster la répartition budgétaire entre les différents postes.

Modalités d'évaluation et de certification :

Mise en situation professionnelle en tant que négociateur d'espaces publicitaires, au travers de compétitions entre groupes d'étudiants pour identifier les plus performants.

Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP32036BC04 — Suivi des indicateurs, analyse des résultats et ajustement de la campagne

LISTE DE COMPÉTENCES

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Construire et mettre en place des outils statistiques et indicateurs de performance.
- Réaliser des rapports de suivi d'activité.
- Analyser les résultats à l'aune des indicateurs et des rapports d'activité pour permettre d'apporter un regard critique sur la bonne conduite et la performance des campagnes en cours.
- Envisager les différentes solutions les plus adaptées pour émettre un panel de préconisations.
- Effectuer des arbitrages entre plusieurs solutions.

Modalités d'évaluation et de certification :

- Projets mis en œuvre dans des structures (de l'analyse des besoins à l'analyse de l'action menée), en réponse à de véritables commanditaires : présentation d'un support écrit soutenu en oral de groupe devant des enseignants et des professionnels.
- Oral de groupe présentant l'une des actions menées dans le cadre de la « junior agency ».

Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP32036BC05 — Gestion et développement d'un portefeuille client

LISTE DE COMPÉTENCES

Ce bloc vise à attester les compétences suivantes :

- Définir un plan d'action commercial.
- Conseiller une clientèle et élaborer des propositions commerciales.
- Maîtriser les techniques de vente de service à haute valeur ajoutée dans un contexte B2B (entreprise à entreprise).
- Gérer la relation client : techniques de communication et fidélisation, outils informatiques de gestion de la relation client (CRM).

Modalités d'évaluation et de certification :

- Étude de cas sur la base d'une entreprise avec remise d'un plan d'action motivé ayant pour objectif de :
 - o cibler la clientèle à privilégier ;
 - o identifier le(s) mode(s) de prospection adapté(s) à cette cible ;
 - o évaluer la pertinence du mix communication à l'aide de la méthode SPANCO (Suspect, Prospect, Analysis,

Negotiation, Closing, Order) ;
o trouver le bon positionnement afin de vendre efficacement les solutions de l'entreprise ;
o mettre en place un argumentaire de vente pertinent ;
o estimer les retombées de l'action menée ;
o adapter les actions en termes de négociation/vente et de suivi client.
Une attestation sera délivrée à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le certifié exerce ses activités dans les structures suivantes :

- chez un annonceur (en entreprise commerciale ou industrielle, en société de service en solutions de communication) ;
- en régie publicitaire ;
- en cabinet de conseil et agence de conseil en marketing, communication ou publicité ;
- en agence média
- en tant qu'indépendant.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé(e) de négociation en communication et publicité numérique, Media Trader, Négociateur(trice) en solutions médias, Conseiller(e) commercial(e) en stratégie numérique, Chargé(e) de projet numérique, Chargé(e) d'affaires en solutions publicitaires, Chargé(e) de plan média, Conseiller(e) en solutions média, Consultant(e) média, Analyste média.

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).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 914 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) 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)	33 539
Jugés difficiles à recruter	35 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

- Président du jury ;
- 2 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 1 enseignant professionnel diplômés d'écoles de commerce dispensant des cours professionnels ;
- 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés Président du jury
- 2 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 1 enseignant professionnel diplômés d'écoles de commerce dispensant des cours professionnels ;
- 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés, parmi lesquels deux représentent les employeurs, et deux les salariés.

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Président du jury ;
- 2 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 1 enseignant professionnel diplômés d'écoles de commerce dispensant des cours professionnels ;
- 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés, parmi lesquels deux représentent les employeurs, et deux les salariés.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/01/2022

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site officiel

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32036/>