

Manager de la communication numérique

RNCP34304 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46347
Code(s) ROME	E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/11/2019
Date d'échéance	18/11/2024

Certificateur(s)

DE VINCI HIGHER EDUCATION (DVHE) · SIRET : 44087031900025

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification a été créée en 2011 pour répondre aux besoins de la plupart des entreprises, des administrations, des collectivités locales et des associations d'assurer une présence sur internet grâce à la mise en œuvre de sites ou d'applications dédiées aux relations avec leurs clients, utilisateurs et administrés.

Le développement des réseaux sociaux, de la publicité et du commerce en ligne, la performance des moteurs de recherche et l'intensification du trafic sur internet ont rapidement imposé la professionnalisation du métier de manager de la communication numérique, capable de mettre en œuvre une stratégie d'entreprise en utilisant les technologies numériques les mieux adaptées.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités du(de la) manager de la communication numérique se répartissent en cinq ensembles :

1. Diagnostic stratégique Analyse de la demande client, études complémentaires, diagnostic du positionnement de l'entreprise et gestion de l'innovation.
2. Conception et mise en œuvre du plan de communication numérique Conception de la stratégie de communication numérique, définition des modes d'action et choix des canaux de communication, finalisation du cahier des charges.
3. Content management et réseaux sociaux Gestion de l'e-réputation, promotion des offres, interaction avec les clients et les prospects.
4. Marketing digital Search engine optimization (SEO), Search engine advertising (SEA), Search engine marketing (SEM), gestion des données.
5. Management d'équipe et gestion de projet Déclinaison des orientations stratégiques de l'entreprise, gestion de projet, management des équipes.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- À partir d'une demande interne ou externe, dans le cadre d'une rencontre directe, d'un appel d'offres ou d'un « brief », analyser la demande client et les différentes dimensions à prendre en compte au regard de son projet de communication.
- Assurer une veille concurrentielle en vue de recueillir des informations sur le contexte interne et externe dans lequel se situera la campagne de communication à réaliser.
- À partir de l'analyse des différentes informations recueillies et de la réalisation d'études complémentaires, effectuer le diagnostic stratégique du positionnement de l'entreprise et de ses produits, afin de mettre en évidence ses principaux axes d'innovation concurrentielle.

- A partir du diagnostic, expliciter le concept porteur de la campagne de communication à réaliser, en vue de faciliter l'élaboration de la stratégie à mettre en œuvre.
- Élaborer une stratégie de communication numérique adaptée aux objectifs du commanditaire, à son budget et à ses délais, dans le but d'établir un plan de communication cohérent.
- Dans le respect des délais et du budget, définir les modes de communication les plus pertinents et les actions à conduire, afin d'optimiser le choix des média à utiliser.
- En formalisant l'ensemble de la proposition sur un plan technique et commercial, négocier les moyens financiers et humains nécessaires et les délais de réalisation des différentes étapes du projet.
- À partir de la négociation conclue avec le commanditaire, structurer le cahier des charges qui servira de document contractuel et de référence tout au long de la réalisation du projet.
- En cohérence avec le plan de communication numérique, définir une politique de contenus (éléments graphiques, images et textes), afin de renforcer l'image de la marque à travers ses sites internet et sa présence sur les réseaux sociaux.
- Mener régulièrement des enquêtes adaptées à l'analyse et au suivi de l'évolution de la perception de la marque par les consommateurs.
- Définir les codes de promotion des offres de la marque sur internet et sur les réseaux sociaux, afin de renforcer leur attractivité et la fidélisation des clients.
- Élaborer des modes de communication avec les clients en cohérence avec l'image de marque et les axes stratégiques de l'entreprise, en vue d'assurer une permanence de celle-ci sur les réseaux sociaux.
- Développer une communauté de clients et prospects grâce à des contenus pertinents, dans le but d'accroître l'impact commercial des actions de communication numérique mises en œuvre.
- Utiliser les techniques du référencement sur les moteurs de recherche pour améliorer la visibilité du site web de l'entreprise en lui faisant gagner des places dans l'ordre des entrées.
- Mettre en œuvre une stratégie de référencement en vue d'inciter les internautes à s'intéresser aux produits, aux services et au contenu informatif présentés sur le site web de l'entreprise.
- Mettre en place des liens commerciaux ou publicitaires sur les principaux moteurs de recherche, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.
- Définir une politique d'achats sur la plateforme Adwords afin de renforcer l'efficacité publicitaire des annonceurs.
- Synthétiser les stratégies SEO et SEA dans un plan global de marketing sur les moteurs de recherche, en cohérence avec les attentes du client et sa stratégie de communication numérique, afin d'assurer la complémentarité des différentes actions de référencement.
- Mettre en œuvre les techniques de collecte et d'analyses des données massives pour affiner l'analyse des comportements des consommateurs.
- À partir des orientations stratégiques de son entreprise, sélectionner les actions de communication numérique à mettre en œuvre afin de contribuer au développement de celle-ci.
- Utiliser les méthodes de gestion de projet agile pour mener à bien la réalisation des actions de communication numérique en impliquant les parties prenantes internes et externes dans la réussite de celles-ci.
- En tenant compte du fonctionnement de son service ou département, proposer de nouvelles organisations contribuant à l'optimisation des moyens et des compétences, afin de faire face aux problèmes de disponibilité de ressources, de surcharge de travail, ou de tensions entre membres de l'équipe.
- Évaluer les compétences des membres de son équipe, afin de contribuer à leur professionnalisation en mettant en place des actions de formation et de team building.

Blocs de compétences

RNCP34304BC01 — Diagnostiquer le positionnement de l'entreprise et de ses produits

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir d'une demande interne ou externe, dans le cadre d'une rencontre directe, d'un appel d'offres ou d'un « brief », analyser la demande client et les différentes dimensions à prendre en compte au regard de son projet de communication.
- Assurer une veille concurrentielle en vue de recueillir des informations sur le contexte interne et externe dans lequel se situera la campagne de communication à réaliser.
- À partir de l'analyse des différentes informations recueillies et de la réalisation d'études complémentaires, effectuer le diagnostic stratégique du positionnement de l'entreprise et de ses produits, afin de mettre en évidence ses

principaux axes d'innovation concurrentielle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation sur étude de cas (production d'un support d'analyse).

RNCP34304BC02 — Concevoir et mettre en oeuvre un plan de communication numérique

LISTE DE COMPÉTENCES

- A partir du diagnostic, expliciter le concept porteur de la campagne de communication à réaliser, en vue de faciliter l'élaboration de la stratégie à mettre en œuvre.
- Élaborer une stratégie de communication numérique adaptée aux objectifs du commanditaire, à son budget et à ses délais, dans le but d'établir un plan de communication cohérent.
- Dans le respect des délais et du budget, définir les modes de communication les plus pertinents et les actions à conduire, afin d'optimiser le choix des média à utiliser.
- En formalisant l'ensemble de la proposition sur un plan technique et commercial, négocier les moyens financiers et humains nécessaires et les délais de réalisation des différentes étapes du projet.
- À partir de la négociation conclue avec le commanditaire, structurer le cahier des charges qui servira de document contractuel et de référence tout au long de la réalisation du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation sur étude de cas (rédaction d'une proposition d'intervention technique et commercial - élaboration du cahier des charges du projet).

RNCP34304BC03 — Concevoir et mener une politique de contenus sur les réseaux sociaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- En cohérence avec le plan de communication numérique, définir une politique de contenus (éléments graphiques, images et textes), afin de renforcer l'image de la marque à travers ses sites internet et sa présence sur les réseaux sociaux.
- Mener régulièrement des enquêtes adaptées à l'analyse et au suivi de l'évolution de la perception de la marque par les consommateurs.
- Définir les codes de promotion des offres de la marque sur internet et sur les réseaux sociaux, afin de renforcer leur attractivité et la fidélisation des clients.
- Élaborer des modes de communication avec les clients en cohérence avec l'image de marque et les axes stratégiques de l'entreprise, en vue d'assurer une permanence de celle-ci sur les réseaux sociaux.
- Développer une communauté de clients et prospects grâce à des contenus pertinents, dans le but d'accroître l'impact commercial des actions de communication numérique mises en œuvre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation sur étude de cas (production d'une politique de contenus de la marque).

RNCP34304BC04 — Utiliser les technologies du marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Utiliser les techniques du référencement sur les moteurs de recherche pour améliorer la visibilité du site web de l'entreprise en lui faisant gagner des places dans l'ordre des entrées.
- Mettre en œuvre une stratégie de référencement en vue d'inciter les internautes à s'intéresser aux produits, aux services et au contenu informatif présentés sur le site web de l'entreprise.
- Mettre en place des liens commerciaux ou publicitaires sur les principaux moteurs de recherche, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.
- Définir une politique d'achats sur la plateforme Adwords afin de renforcer l'efficacité publicitaire des annonceurs.
- Synthétiser les stratégies SEO et SEA dans un plan global de marketing sur les moteurs de recherche, en cohérence avec les attentes du client et sa stratégie de communication numérique, afin d'assurer la complémentarité des différentes actions de référencement.
- Mettre en œuvre les techniques de collecte et d'analyses des données massives pour affiner l'analyse des comportements des consommateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation sur étude de cas (élaboration d'un plan global de marketing).

RNCP34304BC05 — Manager une équipe de communication numérique

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir des orientations stratégiques de son entreprise, sélectionner les actions de communication numérique à mettre en œuvre afin de contribuer au développement de celle-ci.
- Utiliser les méthodes de gestion de projet agile pour mener à bien la réalisation des actions de communication numérique en impliquant les parties prenantes internes et externes dans la réussite de celles-ci.
- En tenant compte du fonctionnement de son service ou département, proposer de nouvelles organisations contribuant à l'optimisation des moyens et des compétences, afin de faire face aux problèmes de disponibilité de ressources, de surcharge de travail, ou de tensions entre membres de l'équipe.
- Évaluer les compétences des membres de son équipe, afin de contribuer à leur professionnalisation en mettant en place des actions de formation et de team building.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation par la mise en situation professionnelle à l'occasion du stage en entreprise.

Présentation orale devant le jury, en français ou en anglais.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le manager de la communication numérique peut exercer ses fonctions en France ou à l'étranger auprès de deux grands types d'entreprises :

- Les annonceurs (entreprises, administrations, collectivités locales, associations, etc.)
- Les entreprises prestataires (agences de communication, agences web).

Un certain nombre de professionnels exercent également en tant que prestataires indépendants (consultants, conseils en communication).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le manager de la communication numérique conçoit et pilote les campagnes de communication numérique de l'entreprise ou de l'organisation commanditaire. Il analyse la stratégie de celle-ci afin d'en tirer les principes de la campagne à mener, choisit les technologies et les media adaptés, assure la meilleure visibilité sur les réseaux sociaux et un référencement optimal sur les moteurs de recherche, construit et gère le budget de campagne. Il peut occuper les fonctions suivantes :

- Manager de la communication numérique / digitale
- Manager de campagnes digitales
- Consultant(e) digital
- Consultant(e) e-influence / social media
- Consultant(e) SEO / SMO
- Manager marketing digital
- Chef(fe) de projet e-commerce
- Responsable de production
- UX/UI designer
- Brand manager
- Social media manager

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Niveau 6 de la formation professionnelle, ou équivalent.

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

Le jury est constitué de cinq personnes :

- Un(e) président(e), représentant(e) d'une entreprise partenaire, désigné(e) par le président de l'ILV-IIM ;
- Le directeur pédagogique et un formateur de l'ILV-IIM ;
- Deux professionnel(le)s qualifié(e)s extérieur(e)s à l'autorité de certification.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 317 €
Selon la branche	4 962 € – 8 415 €
Prise en charge	Branches concernées
8 317 €	Valeur par défaut · 168 branches
8 415 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE des Télécoms, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEF de l'audiovisuel
8 373 €	CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
5 358 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la métallurgie
7 650 €	CPNE de l'immobilier, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP Mutualité
4 962 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
6 631 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 377 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
8 339 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 330 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
8 296 €	CPNEF de la Publicité

8 109 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
7 503 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
6 809 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
6 656 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
6 579 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 566 €	CPNEFP Commerce à distance
6 503 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 474 €	CPNEFP des commerces de gros
6 120 €	CPNE chimie
5 814 €	CPNE Banque
5 661 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
5 274 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
5 000 €	CPNE Industrie pétrolière

Base légale

Date de décision	18/11/2019
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/11/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	21	0	100 %	95 %
2017	14	0	71 %	93 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP29035

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39761

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34304/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	5
Parcours menés à terme	5
Taux d'achèvement	100 %

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	6
Montant total engagé	24 341 €
Coût moyen par dossier	4 057 €
Durée moyenne	414 h
Période	05/2023 – 11/2023
France compétences	69 %
Entreprise	31 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.