

Responsable de communication et webmarketing

RNCP34768 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320m, 320
Formacode(s)	46354
Code(s) ROME	E1205, E1401, M1705, E1101, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/07/2020
Date d'échéance	23/07/2021

Certificateur(s)

LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER - MBWAY - IPAC BACHELOR FACT · SIRET : 32922456200630

Partenaires habilités

16 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 16 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
BL FORMATION	78937972400030	Former et organiser l'évaluation
BRUNO TRIAY CONSEIL	42352848800046	Former et organiser l'évaluation
BRUNO TRIAY CONSEIL	42352848800087	Former et organiser l'évaluation
CTRE ENS SUPERIEUR CIAL	35406929600029	Former et organiser l'évaluation
ECOTEC	33830238300041	Former et organiser l'évaluation
E S G M ECOLE SUP GESTION MANAGEMENT	42050092800031	Former et organiser l'évaluation
FORMANIMES	44451794000037	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT SUPERIEUR TOURANGEAU PAR ABREVIATION IST	42975186000033	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200184	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200606	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 16 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34768-responsable-de-communication-et-webmarketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable communication et webmarketing définit et met en place la stratégie digitale et les actions marketing web ainsi que les opérations de communication de l'entreprise notamment sur les canaux digitaux (mobile et Internet) dans le cadre d'une démarche responsive. Il travaille sur l'ensemble de la stratégie marketing d'un site web.

Il veille au trafic et est force de proposition en matière de marketing stratégique et opérationnel. Il préconise et réalise des opérations de web marketing afin d'optimiser la fréquentation du site. Il identifie les demandes du consommateur, analyse le marché (benchmark de la concurrence, tendances émergentes, typologie de consommateurs), conçoit les

réponses et les met en œuvre : conception du site, actions de communication, stratégie de référencement, coordination des partenariats.

Il mesure les retours sur investissements de ces actions et met en place des mesures correctives.

Le Responsable communication et webmarketing exerce dans le respect de la stratégie définie par une direction générale ou une direction marketing (selon la taille de la structure d'exercice). Il reporte directement au directeur général ou gérant de l'entreprise dans le cadre d'une petite ou moyenne structure. Dans une structure un peu plus importante, Il peut reporter à la direction marketing et communication.

Dans les deux cas, il est autonome dans la conception, le déploiement et la mise en place d'outils de communication digitale en accord avec la politique générale de l'entreprise. Il fait preuve de maîtrise des techniques du web et il a le sens de la créativité et de l'innovation. Sa compréhension de la stratégie digitale l'amène à résoudre des problèmes complexes et à gérer des projets incluant des responsabilités de gestion et de coordination d'équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Auditer et optimiser la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Le Responsable de communication et webmarketing audite la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise et de son environnement.

Il soumet à la direction un rapport d'audit et des recommandations en vue de l'optimisation de la stratégie mise en place.

Il communique les actions mises en œuvre aux services concernés.

Concevoir et déployer la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Le Responsable de communication et webmarketing élabore et propose le plan d'actions marketing et la stratégie de contenu à mettre en place pour respecter les objectifs fixés par la hiérarchie.

Il choisit et met en place les outils de communication web et communique auprès des personnes concernées sur la campagne digitale.

Piloter la stratégie digitale de l'entreprise

Le Responsable de communication et webmarketing pilote le projet numérique de l'entreprise.

Il garantit l'intégration de la stratégie digitale dans la stratégie globale.

Il mesure la rentabilité et la pertinence des outils de communication digitale.

Il propose des actions correctives et communique les objectifs aux équipes concernées.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Auditer et optimiser la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Définir un cahier des charges pour préciser les objectifs et les grandes étapes de l'audit en vue de le soumettre à la direction pour approbation.

Sélectionner les outils pour recueillir des données internes et externes afin d'analyser la e-communication actuelle de l'entreprise.

Mettre en perspective les données analysées et les objectifs fixés pour détecter les écarts afin de proposer des pistes d'amélioration.

Rédiger un rapport d'audit pour proposer des recommandations à la direction afin de procéder aux modifications nécessaires à l'optimisation de la stratégie webmarketing et communication digitale.

Communiquer sur les résultats pour informer les services concernés afin de favoriser la compréhension et l'acceptation des actions correctives mises en place.

Concevoir et déployer la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Sélectionner les outils digitaux pour augmenter la visibilité sur les canaux online et offline afin de réussir le lancement de l'offre produit/service.

Créer du contenu sur les outils sélectionnés pour attirer des prospects identifiés afin de les convertir en client.

Utiliser les techniques de référencement SEO/SEA pour générer du trafic qualifié afin d'optimiser la présence de l'entreprise sur les moteurs de recherche.

Planifier les différentes actions webmarketing et communication digitale pour garantir la livraison des livrables afin de réussir la conception de la stratégie globale dans les délais impartis.

Communiquer sur les canaux de diffusion choisis en interne et en externe pour déployer la stratégie de communication web afin d'obtenir des retours rapides de sa bonne mise en place et procéder aux ajustements rapidement.

Piloter la stratégie digitale de l'entreprise

Piloter le développement ou la refonte des supports digitaux pour optimiser l'efficacité du site web de l'entreprise et des applications associées en vue d'atteindre les objectifs fixés par la direction générale.

Utiliser la web analyse et les sources de conversion pour mesurer la performance et le ROI des différentes actions de communication digitale afin de garantir la rentabilité de la stratégie mise en place.

Élaborer des tableaux de bord de suivi des opérations webmarketing pour réaliser le bilan du projet numérique afin de mettre en place des axes d'évolution.

Rédiger des propositions d'actions correctives pour améliorer l'efficacité des actions afin d'animer efficacement la présence sociale de l'entreprise et générer une préférence de marque.

Argumenter ses décisions pour convaincre la direction et les services concernés afin de susciter l'adhésion des parties prenantes.

Blocs de compétences

RNCP34768BC01 — Auditer et optimiser la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un cahier des charges pour préciser les objectifs et les grandes étapes de l'audit en vue de le soumettre à la direction pour approbation.

Sélectionner les outils pour recueillir des données internes et externes afin d'analyser la e-communication actuelle de l'entreprise.

Mettre en perspective les données analysées et les objectifs fixés pour détecter les écarts afin de proposer des pistes d'amélioration.

Rédiger un rapport d'audit pour proposer des recommandations à la direction afin de procéder aux modifications nécessaires à l'optimisation de la stratégie webmarketing et communication digitale.

Communiquer sur les résultats pour informer les services concernés afin de favoriser la compréhension et l'acceptation des actions correctives mises en place.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Mise en situation professionnelle écrite reconstituée à partir d'une étude de cas composée de plusieurs dossiers décrivant un cas concret d'entreprise.
2. Mise en situation professionnelle reconstituée à partir d'une d'entreprise réelle décrivant le cas concret de cette entreprise et d'un secteur d'activité précis. Travaux réalisés en équipe.

RNCP34768BC02 — Concevoir et déployer la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner les outils digitaux pour augmenter la visibilité sur les canaux online et offline afin de réussir le lancement de l'offre produit/service.

Créer du contenu sur les outils sélectionnés pour attirer des prospects identifiés afin de les convertir en client.

Utiliser les techniques de référencement SEO/SEA pour générer du trafic qualifié afin d'optimiser la présence de l'entreprise sur les moteurs de recherche.

Planifier les différentes actions webmarketing et communication digitale pour garantir la livraison des livrables afin de réussir la conception de la stratégie globale dans les délais impartis.

Communiquer sur les canaux de diffusion choisis en interne et en externe pour déployer la stratégie de communication web afin d'obtenir des retours rapides de sa bonne mise en place et procéder aux ajustements rapidement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle écrite reconstituée à partir d'une étude de cas composée de plusieurs dossiers décrivant un cas concret d'entreprise.

RNCP34768BC03 — Piloter la stratégie digitale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter le développement ou la refonte des supports digitaux pour optimiser l'efficacité du site web de l'entreprise et des applications associées en vue d'atteindre les objectifs fixés par la direction générale.

Utiliser la web analyse et les sources de conversion pour mesurer la performance et le ROI des différentes actions de communication digitale afin de garantir la rentabilité de la stratégie mise en place.

Élaborer des tableaux de bord de suivi des opérations webmarketing pour réaliser le bilan du projet numérique afin de

mettre en place des axes d'évolution.

Rédiger des propositions d'actions correctives pour améliorer l'efficacité des actions afin d'animer efficacement la présence sociale de l'entreprise et générer une préférence de marque.

Argumenter ses décisions pour convaincre la direction et les services concernés afin de susciter l'adhésion des parties prenantes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle donnant lieu à un rapport d'activités et une soutenance individuels.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités économiques sont concernés par la communication et plus particulièrement par la communication digitale : publicité, médias, banque et assurances, distribution, agro-alimentaire, grande distribution, prêt-à-porter, sociétés de services, SSII, industrie, édition, culture, luxe, tourisme, formation, etc.

Les annonceurs, de tous secteurs et toutes tailles, le, la, responsable de communication et webmarketing dépend du pôle marketing de l'entreprise et fait le lien avec les services techniques et le pôle du développement commercial.

En agence : webmarketing ou généraliste de communication/publicité, le, la, responsable de communication et webmarketing est responsable d'un ou plusieurs comptes clients.

En indépendant : situation plus rare, le, la, responsable de communication et webmarketing exerce son activité comme un prestataire en communication digitale auprès d'entreprises de tous secteurs et toutes tailles.

En général tous les organismes de toutes tailles devant communiquer sont concernés par le développement de leur communication digitale : grandes entreprises, petites ou moyennes entreprises, collectivités locales et territoriales, associations culturelles ou sportives, institutions publiques, agences de communication, de presse, de publicité, de marketing, de conseil, etc.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé(e) de communication
- Chargé(e) de communication et développement web
- Chargé(e) de communication digitale et webmarketing
- Chargé(e) de communication multimédia
- Chargé(e) de communication on-line
- Chargé(e) e-marketing
- Chargé(e) e-commerce
- Chargé(e) de mission marketing
- Chef de projets digitaux
- Community manager
- Content manager
- Directeur(trice) marketing et commercial
- Infographiste multimédia
- Rédacteur(rice) web
- Responsable communication
- Responsable marketing
- Responsable webmarketing
- Webmarketer
- Webmaster

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 924 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) 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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	18 210
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Par la voie de la formation initiale ou continue : toute personne titulaire d'un niveau 5.

Par la voie de la VAE : le/la futur(e) candidat(e) doit justifier d'une expérience professionnelle de 12 mois minimum en rapport avec la certification visée de Responsable de communication et webmarketing de LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER. L'expérience professionnelle doit correspondre aux trois blocs de compétences suivants :

Bloc 1 : Auditer et optimiser la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Bloc 2 : Concevoir et déployer la stratégie webmarketing et communication digitale de l'entreprise

Bloc 3 : Piloter la stratégie digitale de l'entreprise

Le/la candidat(e) doit prouver une année d'expérience dans les activités en rapport direct avec la certification de Responsable de communication et webmarketing telle que présentée dans le référentiel. Les activités suivantes sont reconnues : activités professionnelles salariées, activités non salariées, activités de bénévolat ou de volontariat, activités réalisées en formation initiale ou

continue : périodes de formation en milieu professionnel (tous statuts élève, apprenti, stagiaire, contrat de professionnalisation ou contrat unique d'insertion), périodes de mises en situation en milieu professionnel, stages pratiques et préparations opérationnelles à l'emploi.

La durée de 12 mois est calculée sur le nombre d'heures correspondant à la durée de travail effectif à temps complet en vigueur dans l'entreprise. La durée des activités réalisées hors formation doit être supérieure à celle des activités réalisées en formation (dispositions conformes à l'Article R 335-6 du Code de l'éducation).

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

Président : responsable national de PIGIER

Membres:

- 3 professionnels
- 3 représentants de l'autorité de certification dont le président du jury

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président : responsable national de PIGIER

Membres:

- 2 professionnels (parité employeur/salarié)
- 2 représentants de l'autorité de certification dont le président du jury

Base légale

Date de décision	23/07/2020
Durée de l'enregistrement	1 an
Date d'échéance de l'enregistrement	23/07/2021

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2017	63	2	96 %	66 %
2016	62	0	94 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP29826

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP35752

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34768/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	1 290 €
Coût moyen par dossier	1 290 €
Période	06/2021
France compétences	100 %

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