

Chargé de communication et webmarketing

RNCP35752 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	34093, 46301
Code(s) ROME	M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2024

Certificateur(s)

LA COMPAGNIE DE FORMATION - DIRECTION NATIONALE PIGIER · SIRET : 32922456200812

LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER · SIRET : 32922456200093

Partenaires habilités

51 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 50 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACFA MULTIMEDIA / ESIMODE / STUDIO M / SUPCREA	42986464800036	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900160	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900236	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900285	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900301	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - MY DIGITAL SCHOOL - MBWAY - IPAC BACHELOR	35119111900335	Former et organiser l'évaluation
BRUNO TRIAY CONSEIL	42352848800046	Former et organiser l'évaluation
CSMPRO	85003894400011	Former et organiser l'évaluation
ECO COM	48017681700066	Former et organiser l'évaluation
ECOLE INTERNAT D'ACCUEIL TUNON	33830238300215	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 51 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35752-charge-de-communication-et-webmarketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le marché de l'emploi du numérique est en évolution constante. Les entreprises, de grande taille comme les start-up, rencontrent des difficultés pour recruter les profils nécessaires. Pas seulement au niveau des ingénieurs mais également sur des diplômés moins qualifiés (Bac+2 / Bac+3). La tension ressentie dans le recrutement des métiers du numérique est analysée dans le BMO (Besoin en Main d'œuvre) 2019 du Pôle Emploi : plus de 105 000 projets de

recrutement sont comptabilisés en France. Selon la DGE (Direction Générale de l'Entreprise), plus de 600 000 salariés en France ont une profession qui peut être considérée comme spécifique au numérique. L'étude menée sur le secteur du numérique confirme qu'il existe une réelle tension sur ce marché de l'emploi (sources Pôle Emploi, Branche SYNTEC, etc.).

ACTIVITÉS VISÉES

A1. Élaborer la stratégie communication et webmarketing

- Réalisation d'une étude de marché
- Réalisation d'un audit de la communication de l'entreprise
- Élaboration de la stratégie communication et webmarketing
- Élaboration d'un plan d'actions de la stratégie de communication

A2. Mettre en œuvre le projet de communication et développement web

- Élaboration d'un cahier des charges
- Production du contenu des supports de communication
- Déploiement de la stratégie de contenu

A3. Piloter la performance du projet de communication et de développement web

- Conception et mise en place des indicateurs d'évaluation
- Pilotage du projet de communication et développement web
- Vérification de la rentabilité des actions de communication
- Proposition de préconisations d'amélioration à la direction

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1. Élaborer la stratégie communication et webmarketing

- Mettre en place une veille stratégique et technologique
- Analyser avec objectivité les résultats de la stratégie actuelle de communication et développement webmarketing
- Définir les buyers personae
- Déterminer les ressources à allouer au regard des objectifs fixés par la direction
- Choisir les moyens de communication à utiliser
- Utiliser avec maîtrise les outils de conduite de projet

Bloc 2. Mettre en œuvre le projet de communication et développement web

- Définir le périmètre du projet de communication dans son ensemble
- Élaborer la stratégie de contenu en fonction du positionnement de l'entreprise et des besoins des personae
- Adapter les différents contenus aux supports
- Recenser, dans un calendrier éditorial, les contenus à publier mensuellement dans les différents supports

Bloc 3. Piloter la performance du projet de communication et de développement web

- Traduire les objectifs stratégiques en objectifs digitaux
- Élaborer des tableaux de bord d'analyse et de suivi des actions de communication digitale en temps réel
- Mettre en relation les segments de clientèle, les canaux de distribution et les KPI de manière pertinente
- Synthétiser, au sein des rapports de Social Media et Dashboards, le suivi et les résultats qualitatifs et quantitatifs des actions de communication mises en place

Blocs de compétences

RNCP35752BC01 — Élaborer la stratégie communication et webmarketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mettre en place une veille stratégique et technologique en s'appuyant sur les outils digitaux adaptés pour réaliser une analyse du marché de l'entreprise afin d'identifier les opportunités et menaces en termes d'orientation stratégique webmarketing et communication.
- Analyser avec objectivité les résultats de la stratégie actuelle de communication et développement webmarketing en s'appuyant sur les objectifs initiaux, les ressources et leviers mis en œuvre, les outils existants et les données collectées pour réaliser un audit de l'existant afin de révéler les atouts et les faiblesses, la cohérence de la communication et/ou son impact sur l'image et le chiffre d'affaires de l'entreprise.
- Définir les buyers personae en prenant appui sur des critères de segmentation pertinents pour personnaliser les actions de communication et de webmarketing afin d'augmenter leur impact.
- Déterminer les ressources à allouer au regard des objectifs fixés par la direction pour établir un budget

communication et webmarketing afin de vérifier l'adéquation de l'allocation des ressources (humaines, matérielles et immatérielles) par rapport aux coûts dans le respect du budget fixé par la direction.

- Choisir les moyens de communication à utiliser en s'appuyant sur les buyers personae et le budget validé pour élaborer la stratégie de communication et de webmarketing afin de réaliser les objectifs fixés.
- Utiliser avec maîtrise les outils de conduite de projet pour élaborer le plan d'actions de la stratégie de communication afin de mettre en œuvre et piloter le projet de communication et webmarketing avec l'ensemble des parties prenantes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas écrite individuelle réalisée en centre de formation. Le/la candidat(e) doit : réaliser un audit de la stratégie webmarketing et de communication d'une entreprise réelle ou fictive, élaborer des préconisations à mettre en œuvre, proposer la mise en place d'un système de veille et proposer un budget prévisionnel et les outils de pilotage de mesure de la performance.

RNCP35752BC02 — Mettre en œuvre le projet de communication et développement web

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir le périmètre du projet de communication dans son ensemble en incluant les contraintes, les besoins, les objectifs et les parties prenantes pour rédiger le cahier des charges afin d'estimer la charge de travail et les coûts de conception de la mise en œuvre du projet.
- Élaborer la stratégie de contenu en fonction du positionnement de l'entreprise et des besoins des personae en utilisant les Web Analytics pour s'assurer d'une cohérence entre tous les supports de communication afin d'être visible sur les moteurs de recherche et générer du trafic qualifié.
- Adapter les différents contenus aux supports en utilisant des outils de PAO et/ou un CMS pour produire du contenu digital en utilisant les techniques appropriées afin de répondre aux objectifs de la stratégie de communication et de webmarketing en fonction du public et du support ciblés.
- Recenser, dans un calendrier éditorial, les contenus à publier mensuellement dans les différents supports en utilisant les Web Analytics et le plan de maintenance du site pour déployer la stratégie de contenu définie afin d'anticiper les rédactions à venir, les sujets et les thématiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas écrite et pratique individuelle réalisée en centre de formation. L'étude de cas comprend plusieurs situations complexes d'entreprises fictives. Le/la candidat(e) doit : rédiger un cahier des charges comprenant les différentes étapes, les livrables et les ressources nécessaires, proposer une stratégie de contenu de marque (ligne éditoriale et leviers de communication utilisés) et produire un contenu adapté aux supports digitaux choisis et mis en ligne à l'aide d'un CMS.

RNCP35752BC03 — Piloter la performance du projet de communication et de développement web

LISTE DE COMPÉTENCES

- Traduire les objectifs stratégiques en objectifs digitaux pour définir les indicateurs clefs de performance (KPI) afin de mesurer l'atteinte des objectifs digitaux fixés.
- Élaborer des tableaux de bord d'analyse et de suivi des actions de communication digitale en temps réel en utilisant les outils de suivi de performance, de simulation et d'analyse de tendances (CRM, business intelligence, big data, etc.) pour piloter le projet de communication et développement web afin de surveiller les écarts entre le réalisé et le prévisionnel de la stratégie globale de communication digitale.
- Mettre en relation les segments de clientèle, les canaux de distribution et les KPI de manière pertinente en utilisant les tableaux de bord pour vérifier la rentabilité de chacun des supports afin de mettre en place des actions correctives ciblées.
- Synthétiser, au sein des rapports de Social Media et Dashboards, le suivi et les résultats qualitatifs et quantitatifs des actions de communication mises en place, en se basant sur l'analyse des indicateurs digitaux pour émettre des préconisations d'actions correctives afin d'optimiser la performance de la stratégie et de gérer sa e-réputation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle. Dossier écrit à réaliser à la suite d'une période en entreprise. Le/la candidat(e) rédige un dossier comprenant : une analyse complète du contexte de l'entreprise, la réalisation d'un plan d'actions à mettre en œuvre et répondant à la stratégie digitale de l'entreprise, l'identification des KPI digitaux retenus dans le cadre du plan d'actions et la justification de leur pertinence et des préconisations d'actions correctives en se basant sur l'analyse des résultats obtenus grâce aux indicateurs digitaux afin d'améliorer l'efficacité des actions. Le/la

candidat(e) soutient oralement son dossier. Il/elle utilisera les outils de présentation nécessaires à une compréhension claire et précise des éléments du dossier. Il/elle fera un compte-rendu de la situation étudiée dans le dossier écrit.

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, banques et assurances, agro-alimentaire, grande distribution, prêt-à-porter, services, SSII, industrie, culture, luxe, tourisme, formation, etc.

Les organismes de toutes tailles devant communiquer sont concernés par le développement de leur communication digitale : grandes entreprises, TPE, PME, collectivités locales et territoriales, associations culturelles et sportives, institutions publiques, etc.

En indépendant, le/la chargé(e) de projet en communication et webmarketing exerce son activité comme un prestataire de communication digitale auprès d'organismes de tous secteurs et de toutes tailles.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé d'évènementiel
- Chargé de /marketing/webmarketing et/ou de communication (digitale)
- Chef de produits
- Chef de projet digital/web
- Community manager
- Designer web
- Digital content manager
- Inbound marketing manager
- Infographiste
- Intégrateur
- Rédacteur web
- Responsable communication et/ou marketing
- Webmaster

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

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)	3 001 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %

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

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 diplôme ou d'un titre professionnel de niveau 5 minimum.

Par la voie de la VAE : le futur candidat doit justifier d'une expérience professionnelle de 12 mois minimum en rapport avec la certification visée de Chargé de projet en communication et webmarketing de LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER.

L'expérience professionnelle doit correspondre aux trois blocs de compétences suivants :

Bloc 1 :

Élaborer la stratégie communication et webmarketing

Bloc 2 : Mettre en œuvre le projet de communication et développement web

Bloc 3 : Piloter la performance du projet de communication et de développement web

Le candidat doit prouver une année d'expérience dans les activités en rapport direct avec la certification de Chargé de projet en 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

Président : responsable national de PIGIER

Membres :

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

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

Président : responsable national de PIGIER

Membres :

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

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président : responsable national de PIGIER

Membres :

- 2 professionnels du secteur d'activité (1 salarié 1 employeur)
- 2 représentants de l'autorité de certification dont le président du jury

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

7 223 €

Selon la branche

6 000 € – 7 223 €

Prise en charge	Branches concernées
7 223 €	Valeur par défaut · 204 branches
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
7 210 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 510 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	85	0	89 %	—
2019	69	0	97 %	75 %
2018	71	1	96 %	75 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34768

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP41407

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.pigier.com/lyon/bachelor-communication-et-webmarketing>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35752/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	248
Parcours menés à terme	119
Taux d'achèvement	48 %
Période	08/2022 – 04/2025

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	288
Montant total engagé	563 507 €
Coût moyen par dossier	1 957 €
Durée moyenne	101 h
Période	09/2021 – 07/2024
France compétences	91 %
Reste à charge titulaire	5 %
France Travail	3 %
Entreprise	0 %
Régions	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
OPCO	0 %

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