

Concepteur réalisateur en communication

RNCP36381 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46340, 46341, 46311, 46347
Code(s) ROME	E1103, E1401, E1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/04/2022
Date d'échéance	25/04/2024

Certificateur(s)

MARCOREL · SIRET : 34943797000032
<http://www.marcorel.com>

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EAF	52425048700021	Former et organiser l'évaluation
EFFICIENCE SOLIDAIRE ET CREATIVE	82516835400025	Former et organiser l'évaluation
YYYOURS FORMATIONS	81501410500010	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Toute organisation (publique, privée, à but lucratif ou non, quelle que soit sa taille) doit aujourd'hui impérativement communiquer. Cette nécessité est devenue vitale pour maintenir et/ou développer son activité dans un monde concurrentiel et dit « de l'information », sous peine de perdre en visibilité et compétitivité, voire de périr.

La filière « communication », dite autrefois « bouchée », connaît depuis une vingtaine d'année un regain considérable du fait de l'apparition du digital. Dans ce contexte, le titre Concepteur réalisateur en communication atteste de compétences indispensables au marché de l'emploi. Il permet à ses titulaires de s'insérer dans toute taille d'entreprise, de la société unipersonnelle à la multinationale, chez un annonceur comme dans une agence. En effet, le Concepteur réalisateur en communication est capable de concevoir ET de réaliser, seul, en équipe et/ou à l'aide de prestataires, tout ou partie d'une campagne de communication 360 : recommandation stratégique, plan de communication, supports imprimés, site internet, communication sur les réseaux sociaux, référencement naturel et payant.

ACTIVITÉS VISÉES

Conception d'un projet de communication multicanal.

Conception, réalisation et/ou pilotage d'actions de communication off-line.

Conception, réalisation et/ou pilotage de création de supports de communication imprimés.

Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication sur les réseaux sociaux.

Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication promotionnelle publicitaire digitale.

Conception, réalisation et/ou pilotage de création d'un site internet.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Recueillir et analyser l'ensemble des données liées à un besoin de communication (produit, contexte, enjeux, environnement concurrentiel, dispositifs existants) afin de formaliser un diagnostic en termes de forces, faiblesses, opportunités et menaces.

À partir de la problématique d'un projet de communication formulée en amont, élaborer une recommandation stratégique (publics cibles, contenus éditoriaux et visuels, outils de diffusion, supports et dispositifs de communication on et off-line, budget).

À partir d'une recommandation stratégique globale, définir un plan média détaillé off-line identifiant et qualifiant les relais d'information et d'opinion (régies publicitaires, journalistes, bloggeurs, communautés web, ...) les plus pertinents.

Concevoir le contenu éditorial et argumentaire du dossier de presse et des supports de communication à diffuser auprès des relais d'information/opinion identifiés, ainsi que lors des manifestations de communication événementielle. Mettre en relation le public cible et des relais d'information/opinion par l'organisation, le pilotage et la gestion d'événements de type conférence de presse, soirée, exposition, séminaire, cocktail... ou encore par la participation à des événements marquants dans le domaine d'activité de l'annonceur (salon, foires, ...)

À partir du choix d'une identité visuelle en adéquation avec le projet de communication, réaliser techniquement les supports de communication imprimés à l'aide de logiciels de création graphique et de mise en page.

À partir d'un fichier comprenant toutes les spécifications techniques destinées à l'imprimeur, piloter la fabrication des supports imprimés en assurant le contrôle de la conformité des travaux.

À partir d'un audit de l'activité des concurrents sur les réseaux sociaux et/ou d'un plan de communication défini en amont, élaborer une stratégie d'influence web, de relation blogueur/influenceur et d'animation des communautés.

À partir d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, élaborer les contenus éditoriaux et visuels qui seront publiés automatiquement selon un calendrier éditorial cadencé afin de développer, animer et fédérer une communauté sur les réseaux sociaux autour d'une marque, d'un produit ou d'un service.

Mettre en place et exploiter des outils de mesure d'audience et de viralité de contenus afin de mesurer, à l'aide d'indicateurs clés de performance, les résultats et l'efficacité d'une campagne, et d'en réorienter la stratégie le cas échéant.

À partir de l'identification des cibles, d'un audit de la concurrence, d'une sélection de canaux de diffusion et de clés de performance, définir un plan média digital en adéquation avec les objectifs de l'annonceur.

Réaliser une campagne publicitaire payante sur les moteurs de recherche et des réseaux de sites internet en achetant des mots clés et des espaces de diffusion de bannières.

Optimiser le référencement naturel d'un site internet en intégrant des mots clés pertinents dans les contenus et dans la réalisation technique du site.

À l'aide d'outils de conception et de réalisation simplifiés de site internet de type Système de Gestion de Contenus (SGC), sélectionner un gabarit et l'adapter afin qu'il réponde aux enjeux de communication de l'annonceur et à la cible définie.

Mettre en ligne puis administrer un site internet en y ajoutant ou en mettant à jour des « extensions » ainsi que du contenu éditorial et visuel, afin de mettre ou de maintenir le site en adéquation avec la stratégie de communication de l'annonceur et/ou les évolutions techniques du web (sécurité notamment).

En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

Blocs de compétences

RNCP36381BC01 — Conception d'un projet de communication multi-canal.

LISTE DE COMPÉTENCES

- Recueillir et analyser l'ensemble des données liées à un besoin de communication (produit, contexte, enjeux, environnement concurrentiel, dispositifs existants) afin de formaliser un diagnostic en termes de forces, faiblesses, opportunités et menaces.
- À partir de la problématique d'un projet de communication formulée en amont, élaborer une recommandation stratégique (publics cibles, contenus éditoriaux et visuels, outils de diffusion, supports et dispositifs de communication on et offline, budget).

- En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale :

À partir d'un projet de communication multi-canal réalisé en amont de la session de certification, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une recommandation stratégique et un plan de communication multi-canal détaillé. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 40 mn

Entretien :

Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 20 mn

RNCP36381BC02 — Conception, réalisation et/ou pilotage d'actions de communication off-line.

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir d'une recommandation stratégique globale, définir un plan média offline détaillé identifiant et qualifiant les relais d'information et d'opinion (régies publicitaires, journalistes, bloggeurs, communautés web, ...) les plus pertinents.
- Concevoir le contenu éditorial et argumentaire du dossier de presse et des supports de communication à diffuser auprès des relais d'information/opinion identifiés, ainsi que lors des manifestations de communication événementielle.
- Mettre en relation le public cible et des relais d'information/opinion par l'organisation, le pilotage et la gestion d'événements de type conférence de presse, soirée, exposition, séminaire, cocktail... ou encore par la participation à des événements marquants dans le domaine d'activité de l'annonceur (salon, foires, ...).
- En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale :

À partir d'un projet de communication off-line réalisé en amont de la session de certification, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une campagne de relation presse/relation publique et une campagne événementielle. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 30 mn

Entretien :

Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn

RNCP36381BC03 — Conception, réalisation et/ou pilotage de création de supports de communication imprimés.

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir du choix d'une identité visuelle en adéquation avec le projet de communication, réaliser techniquement les supports de communication imprimés à l'aide de logiciels de création graphique et de mise en page.
- À partir d'un fichier comprenant toutes les spécifications techniques destinées à l'imprimeur, piloter la fabrication des supports imprimés en assurant le contrôle de la conformité des travaux.
- En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique :

À partir d'un cahier des charges le candidat dispose de 3 heures pour réaliser un document destiné à l'impression, sous la surveillance d'un juré. En l'absence des candidats, le juré évalue les fichiers sources.

RNCP36381BC04 — Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication sur les réseaux sociaux.

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir d'un audit de l'activité des concurrents sur les réseaux sociaux et/ou d'un plan de communication défini en amont, élaborer une stratégie d'influence web, de relation blogueur/influenceur et d'animation des communautés.

- À partir d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, élaborer les contenus éditoriaux et visuels qui seront publiés automatiquement selon un calendrier éditorial cadencé afin de développer, animer et fédérer une communauté sur les réseaux sociaux autour d'une marque, d'un produit ou d'un service.
- Mettre en place et exploiter des outils de mesure d'audience et de viralité de contenus afin de mesurer, à l'aide d'indicateurs clés de performance, les résultats et l'efficacité d'une campagne, et d'en réorienter la stratégie le cas échéant.
- En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale :

À partir d'un projet de communication social media réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs une campagne de communication sur les réseaux sociaux. Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 30 mn

Entretien :

Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn

RNCP36381BC05 — Conception, réalisation et/ou pilotage d'une communication promotionnelle publicitaire digitale.

LISTE DE COMPÉTENCES

- À partir de l'identification des cibles, d'un audit de la concurrence, d'une sélection de canaux de diffusion et de clés de performance, définir un plan média digital en adéquation avec les objectifs de l'annonceur.
- Réaliser une campagne publicitaire payante sur les moteurs de recherche et des réseaux de sites internet en achetant des mots clés et des espaces de diffusion de bannières.
- Optimiser le référencement naturel d'un site internet en intégrant des mots clés pertinents dans les contenus et dans la réalisation technique du site.
- En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale :

À partir d'un projet de communication promotionnelle et publicitaire digitale réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs un plan média et une campagne promotionnelle et publicitaires (publicité, campagne emailing, référencement naturel et payant).

Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 30 mn

Entretien :

Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn

RNCP36381BC06 — Conception, réalisation et pilotage d'un site internet.

LISTE DE COMPÉTENCES

- À l'aide d'outils de conception et de réalisation simplifiées de site internet de type Système de Gestion de Contenus (SGC), sélectionner un gabarit et l'adapter afin qu'il réponde aux enjeux de communication de l'annonceur et à la cible définie.
- Mettre en ligne puis administrer un site internet en y ajoutant ou en mettant à jour des « extensions » ainsi que du contenu éditorial et visuel, afin de mettre ou de maintenir le site en adéquation avec la stratégie de communication de l'annonceur et/ou les évolutions techniques du web (sécurité notamment).
- Compétence transversale En équipe interne et/ou auprès de prestataires, adopter la posture de chef de projet ainsi que les méthodes, techniques et outils de pilotage (de type méthode agile, Scrum, diagramme de Gantt...) afin de mener à bien le plan et les actions de communication dans le respect des contraintes de coût, qualité et délai imposées par la situation de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale :

À partir d'un projet de conception, réalisation et pilotage d'un site internet réalisé en amont de la session, le candidat présente oralement devant un jury de 2 évaluateurs le site internet réalisé.

Pour ce faire, le candidat s'appuie sur une présentation visuelle au format PDF. Durée : 20 mn

Entretien :

Le jury questionne le candidat sur ses choix et évalue la capacité de celui-ci à réfléchir sur son action. Durée : 15 mn

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Concepteur réalisateur en communication est amené à travailler au sein des structures suivantes :

- Agence de communication
- Association
- Collectivité territoriale
- Entreprise
- Institution
- Société de conseil
- Entreprise unipersonnelle

La fonction de Concepteur réalisateur en communication étant transversale, elle s'exerce dans tous les secteurs d'activité.

Le Concepteur réalisateur en communication a une responsabilité et une autonomie variant selon le type de structure dans laquelle il évolue. En effet, son rattachement hiérarchique et ses relations fonctionnelles sont différents s'il travaille chez l'annonceur ou au sein d'une agence.

Chez l'annonceur il travaille sous l'étroite responsabilité du directeur de la communication ou du directeur général de l'entreprise. Il travaille à la conception et à la mise en œuvre concrète de la politique de communication choisie, et peut pour cela être assisté dans la réalisation de ses tâches, par un chargé ou un assistant de communication.

En agence de communication, il a plus d'autonomie, collaborant sur plusieurs budgets de communication et souvent en relation directe avec les clients.

Qu'il soit en agence ou chez l'annonceur, le Concepteur réalisateur en communication aura des relations fonctionnelles diverses : journalistes, attaché de presse, chef de fabrication, directeur de création, graphiste print et/ou web.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur de la communication.
- Chargé de communication.
- Chargé de communication digitale.
- Chargé des relations extérieures.
- Chargé des relations publiques.
- Consultant en communication.
- Concepteur artistique communication multimédia.
- Responsable de communication externe.
- Chef de projet communication.
- Webmarketeur.
- Rédacteur web.

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Parcours continu ou progressif de formation.

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

2 jurés seniors extérieurs à l'autorité délivrant la certification.

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Nouvelle-Calédonie

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	7 200 €
Selon la branche	5 400 € – 8 322 €

Prise en charge	Branches concernées
7 200 €	Valeur par défaut · 191 branches
7 131 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
8 322 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF de la presse et des agences de presse
5 400 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
7 830 €	CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
7 560 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 430 €	CPNEFP Professions de la Photographie
7 336 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 321 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 170 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
6 412 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie

Base légale

Date de décision	25/04/2022
-------------------------	------------

Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/04/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	14	0	78 %	—
2019	18	0	94 %	78 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP15249, RNCP6011

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36381/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	63
Parcours menés à terme	60
Taux d'achèvement	95 %
Période	06/2022 – 01/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	65
Montant total engagé	140 277 €
Coût moyen par dossier	2 158 €
Durée moyenne	95 h
Période	05/2022 – 04/2024
France compétences	89 %
Reste à charge titulaire	5 %
France Travail	4 %
Entreprise	2 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
Régions	0 %

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