

Manager de la communication

RNCP37658 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320p
Formacode(s)	46301
Code(s) ROME	E1402, E1401, E1103, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	31/05/2023
Date d'échéance	31/05/2026

Certificateur(s)

MODE'ESTAH

<http://www.mode-estah.com>**GROUPE EDH SAS · SIRET : 38122405400019****EFAP RHONE-ALPES SAS · SIRET : 50951686000020****EFAP LILLE-EUROPE SAS · SIRET : 50957859700023****EFAP-ICART AQUITAINE SAS · SIRET : 50952954100013****EFAP RHONE-ALPES SAS · SIRET : 50951686000079**<https://www.efap.com/>**GROUPE EDH SAS · SIRET : 38122405400159**

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le présent dispositif de certification de manager de la communication s'inscrit dans le contexte suivant :

- Le secteur de la communication est valorisé et reconnu, depuis 2017, comme une filière à part entière par l'État.
- Le secteur de la communication constitue un marché très porteur aux perspectives optimistes.
- Les besoins sont axés tant sur des compétences stratégiques et managériales transverses que sur des expertises plus spécialisées par sous-domaines.

ACTIVITÉS VISÉES

Le métier de Manager de la communication recouvre plusieurs missions et activités clés :

- La première consiste à élaborer la stratégie de communication. Pour cela, Manager de la communication s'appuie sur les éléments de benchmark et d'audit qu'il aura réalisés. Les partis-pris et la stratégie de communication permettent de définir le cadre du plan d'action opérationnel. Des objectifs qualitatifs et quantitatifs devront être fixés afin de cadrer l'ensemble de la stratégie.
- La deuxième consiste à piloter et mettre en œuvre cette stratégie grâce à un ensemble d'actions concrètes et la réalisation d'outils de communication permettant l'accessibilité à tout type de public. Ces outils peuvent prendre des formes variées en fonction des objectifs à atteindre (communiqués ou dossiers de presse, plaquettes, catalogues, affichage, annonces presse, flyers, spots radios, télévision, campagne digitale, réseaux sociaux, emailing, notes internes, opérations de sponsoring, sites internet, applications, jeux concours, événements, opération de street marketing etc.). Dans le cadre du pilotage de cette mise en œuvre, le Manager de la communication devra suivre les indicateurs prévisionnels afin de valider que les objectifs sont atteints.
- Pour réaliser ces missions, le Manager de la communication doit être capable de piloter des équipes internes et

externes en prenant en compte les situations de handicap éventuelles. De sa capacité à définir les meilleurs profils et de les encadrer dépendra la réussite du projet de communication. Il devra avoir une vision globale permettant d'animer des équipes pluridisciplinaires, déterminées selon les types de projet de communication. Ces projets peuvent être généralistes ou spécifiques.

- Selon la fonction spécifique exercée/ le projet de communication concerné, le Manager de la communication réalise en complément de ces missions généralistes des activités plus spécialisées liées au management de marque (en créant et positionnant une identité de marque forte et stable), à la communication corporate (en formulant des recommandations de communication institutionnelle adaptées aux enjeux identifiés)

ou à la stratégie marketing (en définissant une offre et

un positionnement produit/service lisible et cohérent sur un marché concurrentiel).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences généralistes du métier de Manager de la communication :

Élaborer une stratégie de communication :

- Réaliser un benchmark et un audit exhaustifs (marché, concurrence, secteur, produit, innovation...) pour déterminer les enjeux de communication.
- Établir la stratégie et le concept de communication permettant d'élaborer la feuille de route du plan d'actions à mettre en place, en prenant en compte les contraintes (budget alloué, contraintes techniques...) et en identifiant les alternatives possibles.
- Traduire la stratégie de communication globale proposée en plan d'action opérationnel, en définissant les canaux et les moyens nécessaires au déploiement de la stratégie, afin de préparer la conception des outils de communication.
- Fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour répondre aux enjeux de communication établis en validant des indicateurs clés de performance.

Mettre en œuvre une stratégie de communication :

- Créer et produire les outils opérationnels et supports de communication, en veillant à leur accessibilité à tous les publics visés par la stratégie, via l'utilisation des logiciels graphiques nécessaires et via la rédaction de contenus afin de mettre en place la stratégie de communication définie.
- Définir un écosystème d'organisation performant afin d'assurer le pilotage du plan de communication défini dans des contextes changeants et complexes.
- Coordonner les différentes actions internes et externes en mobilisant les moyens humains, logistiques et techniques nécessaires pour rester en conformité avec les orientations du plan de communication.
- Mettre en place les indicateurs prévisionnels fixés en évaluant les écarts éventuels et en identifiant les mesures correctives adéquates afin d'atteindre les objectifs définis.

Piloter des équipes de communication internes et externes :

- Définir les profils de poste et les compétences attendues et valider les choix de recrutement de spécialistes de la communication dans l'objectif d'assurer avec succès la mise en œuvre de la stratégie de communication définie.
- Encadrer et animer les équipes pluridisciplinaires recrutées pour les fédérer autour du projet commun et favoriser leur montée en compétences, en prenant en compte les situations de handicap éventuelles.
- Valider les cahiers des charges des prestataires externes et superviser leur mise en œuvre tout au long du projet de communication pour atteindre les objectifs définis, dans le respect du budget alloué
- Négocier et suivre l'exécution des contrats avec les prestataires afin de les fidéliser et de construire un réseau professionnel, tout en préservant les intérêts à long terme de l'entreprise.

Compétences spécialisées du métier de Manager de la communication :

Manager une marque :

- Réaliser un diagnostic de la marque via une analyse de ses fondamentaux (histoire, valeur, concurrence...) en déterminant les enjeux et objectifs de la marque afin de préciser la problématique.
- Concevoir les éléments constitutifs de l'identité de la marque notamment via la formalisation d'une plateforme de marque et la rédaction d'un storytelling, pour répondre à la problématique identifiée.
- Préparer le déploiement de la marque via la rédaction d'un brief et la réalisation de planches d'inspiration, en adaptant l'identité à tous les éléments constitutifs, afin de rendre réelle la nouvelle expression de la marque.

Définir une stratégie marketing :

- Analyser les données collectées (évaluation des risques, analyse de la concurrence...), en mobilisant différentes techniques d'études marketing, pour élaborer une stratégie marketing complète relative à une offre déterminée (biens ou services).
- Élaborer une stratégie marketing en définissant une/des cibles, des objectifs de marché, une offre, un

positionnement, une expérience client et des moyens opérationnels (stratégie commerciale, promotion...) respectant les critères d'accessibilité, afin d'adapter l'entreprise et les produits aux exigences du marché.

- Déterminer les indicateurs clés de performance - KPI - adéquats pour mesurer le retour sur investissement de la stratégie marketing définie.

Gérer une communication corporate :

- Réaliser un audit de la stratégie institutionnelle de l'entreprise pour préconiser un plan d'action en analysant l'ensemble de l'écosystème corporate, afin de déterminer les enjeux de la communication institutionnelle/corporate.
- Mener une analyse détaillée des cibles stratégiques internes et externes de l'entreprise dans l'objectif de formuler des recommandations de communication corporate adaptées.
- Élaborer des recommandations de communication corporate et déterminer les canaux de communication pertinents pour répondre aux enjeux déterminés préalablement.
- Mettre en place des indicateurs de suivi qualitatifs et quantitatifs de toutes les actions menées afin de piloter efficacement l'image institutionnelle et d'identifier les axes d'amélioration éventuels.

Blocs de compétences

RNCP37658BC01 — Élaborer une stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un benchmark et un audit exhaustifs (marché, concurrence, secteur, produit, innovation...) pour déterminer les enjeux de communication.
- Établir la stratégie et le concept de communication permettant d'élaborer la feuille de route du plan d'actions à mettre en place, en prenant en compte les contraintes (budget alloué, contraintes techniques...) et en identifiant les alternatives possibles.
- Traduire la stratégie de communication globale proposée en plan d'action opérationnel, en définissant les canaux et les moyens nécessaires au déploiement de la stratégie, afin de préparer la conception des outils de communication.
- Fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour répondre aux enjeux de communication établis en validant des indicateurs clés de performance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée : cas concret de stratégie de communication d'un service, d'une entreprise ou d'une institution.

- Evaluation collective via la rédaction d'un rapport écrit et d'une présentation orale devant un jury.
- Evaluation individuelle via la rédaction d'une note de synthèse/executive summary par chaque candidat, à partir du rapport réalisé collectivement, et en fonction de ses attributions au sein de « l'agence de communication ».

RNCP37658BC02 — Mettre en œuvre une stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- Créer et produire les outils opérationnels et supports de communication, en veillant à leur accessibilité à tous les publics visés par la stratégie, via l'utilisation des logiciels graphiques nécessaires et via la rédaction de contenus afin de mettre en place la stratégie de communication définie.
- Définir un écosystème d'organisation performant afin d'assurer le pilotage du plan de communication défini dans des contextes changeants et complexes.
- Coordonner les différentes actions internes et externes en mobilisant les moyens humains, logistiques et techniques nécessaires pour rester en conformité avec les orientations du plan de communication.
- Mettre en place les indicateurs prévisionnels fixés en évaluant les écarts éventuels et en identifiant les mesures correctives adéquates afin d'atteindre les objectifs définis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée : cas concret de stratégie de communication d'un service, d'une entreprise ou d'une institution.

- Evaluation collective via la rédaction d'un rapport écrit et d'une présentation orale devant un jury.
- Evaluation individuelle via la rédaction d'une note de synthèse/executive summary par chaque candidat, à partir du rapport réalisé collectivement, et en fonction de ses attributions au sein de « l'agence de communication ».

RNCP37658BC03 — Piloter des équipes de communication internes et externes

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir les profils de poste et les compétences attendues et valider les choix de recrutement de spécialistes de la communication dans l'objectif d'assurer avec succès la mise en œuvre de la stratégie de communication définie.
- Encadrer et animer les équipes pluridisciplinaires recrutées pour les fédérer autour du projet commun et favoriser leur montée en compétences, en prenant en compte les situations de handicap éventuelles.
- Valider les cahiers des charges des prestataires externes et superviser leur mise en œuvre tout au long du projet de communication pour atteindre les objectifs définis, dans le respect du budget alloué
- Négocier et suivre l'exécution des contrats avec les prestataires afin de les fidéliser et de construire un réseau professionnel, tout en préservant les intérêts à long terme de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : rapport suite à la réalisation d'une mission en entreprise.

Production écrite individuelle.

RNCP37658BC04 — Manager une marque - bloc de compétence optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un diagnostic de la marque via une analyse de ses fondamentaux (histoire, valeur, concurrence...) en déterminant les enjeux et objectifs de la marque afin de préciser la problématique.
- Concevoir les éléments constitutifs de l'identité de la marque notamment via la formalisation d'une plateforme de marque et la rédaction d'un storytelling, pour répondre à la problématique identifiée.
- Préparer le déploiement de la marque via la rédaction d'un brief et la réalisation de planches d'inspiration, en adaptant l'identité à tous les éléments constitutifs, afin de rendre réelle la nouvelle expression de la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas concret portant sur une problématique de stratégie d'une marque.

Production écrite individuelle.

RNCP37658BC05 — Définir une stratégie marketing - bloc de compétence optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les données collectées (évaluation des risques, analyse de la concurrence...), en mobilisant différentes techniques d'études marketing, pour élaborer une stratégie marketing complète relative à une offre déterminée (biens ou services).
- Élaborer une stratégie marketing en définissant une/des cibles, des objectifs de marché, une offre, un positionnement, une expérience client et des moyens opérationnels (stratégie commerciale, promotion...) respectant les critères d'accessibilité, afin d'adapter l'entreprise et les produits aux exigences du marché.
- Déterminer les indicateurs clés de performance - KPI - adéquats pour mesurer le retour sur investissement de la stratégie marketing définie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas concret portant sur une problématique de stratégie marketing.

Production écrite individuelle.

RNCP37658BC06 — Gérer une communication corporate - bloc de compétence optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un audit de la stratégie institutionnelle de l'entreprise pour préconiser un plan d'action en analysant l'ensemble de l'écosystème corporate, afin de déterminer les enjeux de la communication institutionnelle/corporate.
- Mener une analyse détaillée des cibles stratégiques internes et externes de l'entreprise dans l'objectif de formuler des recommandations de communication corporate adaptées.
- Élaborer des recommandations de communication corporate et déterminer les canaux de communication pertinents pour répondre aux enjeux déterminés préalablement.
- Mettre en place des indicateurs de suivi qualitatifs et quantitatifs de toutes les actions menées afin de piloter efficacement l'image institutionnelle et d'identifier les axes d'amélioration éventuels.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas concret portant sur une problématique de communication institutionnelle.

Production écrite individuelle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La stratégie de communication est un élément indispensable pour toute entreprise qui souhaite se faire connaître ou faire connaître ses produits et ses services.

Aussi les Managers de la communication sont présents dans tous les secteurs d'activité (industrie, services, culture, médias, ...) et :

Dans tous types d'organisations :

- Entreprises privées : Grands groupes, PME/TPE
- Entreprises publiques
- Ministères, collectivités, grandes administrations
- Associations, fondations (de taille significative)

Dans tous types d'agences :

- Agence médias
- Agences de conseil en communication généraliste ou spécialisées (dans le digital, en communication de crise, en plate-forme de marque, en publicité, en relations presse, en influence, ...)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les 3 blocs de compétences communs forment l'ensemble des candidats à la certification à l'exercice de fonctions clés du secteur de la communication, dont les principales sont :

- Manager/ Chef de projet communication - production
- Chef de projet/ Chargé de projet digital
- Concepteur-rédacteur
- Planneur stratégique
- Chef de projet événementiel - communication événementielle
- Responsable des relations presse / Attaché de presse

Les 3 blocs de compétences optionnels approfondissent les compétences des candidats leur permettant d'accéder également à des fonctions plus spécialisées, parmi lesquelles :

- Manager de la marque ; Brand Content Manager, Chef de projet publicité
- Marketing Manager ; Responsable marketing et communication ; Chef de produit
- Chef de projet influence - relations publics ; Consultant en communication corporate – institutionnelle ; Chargé de communication interne

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de Manager de la communication n'est pas réglementé.

L'EFAP reste toutefois attentive à apporter une bonne connaissance des aspects réglementaires clés (RGPD, droits d'auteur et des images...) à l'ensemble des candidats à la certification.

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

Pour accéder au dispositif de certification (hors VAE), le candidat doit démontrer une appétence forte pour les métiers de la communication et être :

- détenteur d'un diplôme niveau 6 ou équivalent
 - détenteur d'un diplôme niveau 5 ou équivalent et acquis plus de 6 ans d'expériences professionnelles en entreprise
- La sélection se fait sur dossier et entretien de motivation.

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

- 4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication
- 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la certification

COMPOSITION DU JURY — VAE

- 4 professionnels externes en activité dans les métiers de la communication - dont des membres identiques au Jury VAE
- 3 représentants de l'organisme certificateur/ des co-certificateurs présentant des candidats à la 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	9 157 €
Selon la branche	6 500 € – 11 032 €
Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 151 branches
11 032 €	CPNE Services de l'eau, CPNE Travail Temporaire, CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
9 580 €	CPNE des MFR, CPNE des Vins et Spiritueux, CPNE des centres de gestion agréés et habilités agricoles, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
9 000 €	CPNE Banque, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire, CPNEFP des industries des tuiles et briques, CPNEFP du Crédit Mutuel
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP des jardineries et graineteries, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
10 683 €	CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide

9 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de la branche Banque Populaire
9 992 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité
9 881 €	CPNE Casinos, CPNEF de l'audiovisuel
7 631 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 000 €	CPNE fabrication de l'ameublement, CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Carrières et matériaux
10 000 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
9 842 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires
9 334 €	CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
9 231 €	CPNEFP Commerce à distance
9 200 €	CNPE des sociétés financières
9 114 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
9 109 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
9 100 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 701 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
8 681 €	CPNEFP Coopératives de consommateurs
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 335 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 000 €	CPNE chimie
7 857 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
7 700 €	CPNEFP Sports Loisirs

Base légale

Date de décision	31/05/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	31/05/2026
Date de dernière délivrance possible	31/05/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	401	6	89 %	—
2020	380	4	86 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35249

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42474

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.efap.com/formation-communication/mba-specialises-communication>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37658/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	4
Parcours menés à terme	4
Taux d'achèvement	100 %
Période	10/2023 – 12/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	4
Montant total engagé	27 168 €
Coût moyen par dossier	6 792 €
Durée moyenne	1282 h
Période	09/2023 – 10/2023
Reste à charge titulaire	46 %
France compétences	36 %
Régions	18 %

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