

Community manager

RNCP38138 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320m, 320n, 320p
Formacode(s)	46364, 46347, 34093
Code(s) ROME	E1101, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/10/2023
Date d'échéance	18/10/2026

Certificateur(s)

IMCI INSTITUT DES MEDIAS ET DE LA COMMUNICATION SUR INTERNET · SIRET : 80068084500024

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ARTEMYS	48879238300090	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE MANAGEMENT COMMERCIAL	48879238300074	Former
MMI CONSEIL	52293730900048	Former et organiser l'évaluation
STUDI	91114836900018	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Community Manager élabore une stratégie de présence sur les médias sociaux pour son client en s'appuyant sur une veille du secteur et ses compétences en matière de conduite de projet. Il a pour mission de créer et d'optimiser des contenus textes et images, d'animer des communautés et de faire un reporting des actions menées dans le but d'optimiser les relations avec ses publics, et d'actionner des leviers de vente

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en place d'une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle

Rédaction de contenus, animation des communautés et mesures de performances afin de déployer une stratégie de communication digitale

Intégration de leviers de vente sur les médias sociaux afin de monétiser une stratégie de communication

Création et optimisation de textes et images à l'aide de l'intelligence artificielle afin de gagner en efficacité grâce à la maîtrise des prompts

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mettre en place une veille sectorielle automatisée en s'appuyant sur les outils appropriés existants afin de collecter les informations nécessaires à l'exercice des différentes activités du métier (évolutions technologiques, bonnes pratiques, accessibilité numérique, réglementations internet...)

Conduire un brief client en s'appuyant sur une méthodologie d'entretien permettant de clarifier les attentes et le

budget afin de disposer des informations nécessaires à la compréhension des besoins

Réaliser un audit de positionnement digital d'un client en analysant ses présences sur internet et son environnement concurrentiel, afin d'établir une matrice de positionnement

Synthétiser et analyser les informations récoltées en s'appuyant sur le brief client et la matrice de positionnement afin d'établir un cahier des charges

Identifier les principaux médias sociaux et leviers de vente ainsi que leurs pratiques actuelles en s'appuyant sur la connaissance de leurs fonctionnalités et usages, afin de les intégrer avec pertinence à une stratégie de communication

Définir une stratégie de communication et un budget qui s'inscrivent dans le cadre global d'une campagne en marketing digital en s'appuyant sur le cahier des charges et les possibilités offertes par les réseaux sociaux, afin d'optimiser les présences et la visibilité du client sur internet ou gérer une situation de crise

Elaborer le contenu d'un branding digital en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin de construire une image numérique globale du client qui fasse vivre sa « marque » de manière cohérente et différenciante dans l'esprit de la cible visée

Rédiger une charte éditoriale et graphique propre à chaque réseau social en s'appuyant sur le branding digital et les pratiques actuelles des réseaux, afin de communiquer de manière cohérente sur toutes les présences en ligne

Elaborer un rétroplanning en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin d'affecter une durée à chaque tâche et d'en mesurer la pertinence

Créer et configurer un compte ou une page en adéquation avec une charte graphique et les attendus des internautes, afin de créer des expériences utilisateurs fluides et cohérentes avec l'identité visuelle du client

Appliquer une charte éditoriale aux réseaux sociaux

en s'appuyant sur son message et ses préconisations, afin de maintenir une cohérence entre les différentes présences sur le Web et optimiser la notoriété du client et le taux d'engagement de ses communautés

Concevoir des contenus textes attrayants en s'appuyant sur les bonnes pratiques et les enjeux éthiques, les réglementations et les méthodes de référencement naturel, afin d'optimiser la visibilité des publications, son temps de travail et sécuriser la forme des publications

Elaborer des contenus vidéos, en s'appuyant sur les outils actuels, afin de créer des animations engageantes tout en optimisant son temps de travail et en respectant un cadre légal

Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique en s'appuyant sur les fonctionnalités existantes et les réglementations en vigueur afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap

Animer les présences en ligne en mettant en place des stratégies participatives, afin de renforcer le sentiment d'appartenance aux différentes communautés, et attirer de nouveaux membres

Modérer les échanges en s'appuyant sur la charte éditoriale afin de gérer les situations de crise

Mettre en place une stratégie de social media monitoring à l'aide d'outils stratégiques, afin de recueillir des données sur les présences en ligne ciblées.

Sélectionner des indicateurs de performance (KPI) des présences en ligne, afin d'évaluer l'atteinte des objectifs définis dans la stratégie de communication et mettre en place des actions correctives

Faire évoluer une stratégie de communication en s'appuyant sur l'analyse du reporting des résultats des KPI et des données de la stratégie de sociale média monitoring, afin d'être en phase avec les évolutions de son marché et les attentes de sa cible

Créer un blog « inbound » en s'appuyant sur une stratégie de contenus ciblés, afin d'attirer plus de visiteurs et d'augmenter le potentiel de conversion client

Mettre en place une politique de lead nurturing couplée à une campagne d'automation, en offrant des contenus personnalisés qui prennent en compte l'accessibilité numérique, afin de consolider la relation entre les clients et la marque et répondre de manière automatisée aux nouveaux comportements de consommation

Optimiser le référencement naturel en s'appuyant sur les techniques de SEO, afin d'améliorer le positionnement des pages sur les moteurs de recherche

Réaliser un audit de potentiel d'influence, en effectuant une recherche sur les influenceurs du secteur, afin de créer des partenariats qui vont accroître la notoriété du client et son chiffre d'affaires

Booster les ventes en respectant les bonnes pratiques et les réglementations (CGV, traitement des données personnelles droit de rétractation...), en actionnant des leviers accessibles par le biais des médias sociaux (social selling, social buying, Google Ads...), afin d'augmenter rapidement la visibilité et le chiffre d'affaires

Concevoir des contenus textes ciblés en s'appuyant sur l'élaboration de prompts spécifiques au fonctionnement de l'intelligence artificielle, afin de générer des réponses qui répondent à la demande

Optimiser un texte généré par l'intelligence artificielle en s'aidant d'outils de vérification et de ses compétences

d'écriture, afin de rédiger des contenus percutants qui respectent les réglementations et les bonnes pratiques du Web
Créer des visuels ciblés en s'appuyant sur l'utilisation des prompts pour l'intelligence artificielle, les bonnes pratiques et les réglementations, afin d'accompagner et d'optimiser
la présentation des contenus texte
Elaborer des contenus dynamiques en s'appuyant sur l'utilisation de l'intelligence artificielle afin de créer des animations engageantes
Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique à l'aide des possibilités offertes par l'intelligence artificielle afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap

Blocs de compétences

RNCP38138BC01 — Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place une veille sectorielle automatisée en s'appuyant sur les outils appropriés existants afin de collecter les informations nécessaires à l'exercice des différentes activités du métier (évolutions technologiques, bonnes pratiques, accessibilité numérique, réglementations internet...)
Conduire un brief client en s'appuyant sur une méthodologie d'entretien permettant de clarifier les attentes et le budget afin de disposer des informations nécessaires à la compréhension des besoins
Réaliser un audit de positionnement digital d'un client en analysant ses présences sur internet et son environnement concurrentiel, afin d'établir une matrice de positionnement
Synthétiser et analyser les informations récoltées en s'appuyant sur le brief client et la matrice de positionnement afin d'établir un cahier des charges
Identifier les principaux médias sociaux et leviers de vente ainsi que leurs pratiques actuelles en s'appuyant sur la connaissance de leurs fonctionnalités et usages, afin de les intégrer avec pertinence à une stratégie de communication
Définir une stratégie de communication et un budget qui s'inscrivent dans le cadre global d'une campagne en marketing digital en s'appuyant sur le cahier des charges et les possibilités offertes par les réseaux sociaux, afin d'optimiser les présences et la visibilité du client sur internet ou gérer une situation de crise
Elaborer le contenu d'un branding digital en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin de construire une image numérique globale du client qui fasse vivre sa « marque » de manière cohérente et différenciante dans l'esprit de la cible visée
Rédiger une charte éditoriale et graphique propre à chaque réseau social en s'appuyant sur le branding digital et les pratiques actuelles des réseaux, afin de communiquer de manière cohérente sur toutes les présences en ligne
Elaborer un rétroplanning en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin d'affecter une durée à chaque tâche et d'en mesurer la pertinence

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuelle portant sur la conception d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné. L'étude de cas est à produire sous format numérique et fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une soutenance orale
L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

RNCP38138BC02 — Rédiger des contenus, animer des communautés et mesurer les performances afin de déployer une stratégie de communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer et configurer un compte ou une page en adéquation avec une charte graphique et les attendus des internautes, afin de créer des expériences utilisateurs fluides et cohérentes avec l'identité visuelle du client
Appliquer une charte éditoriale aux réseaux sociaux
en s'appuyant sur son message et ses préconisations, afin de maintenir une cohérence entre les différentes présences sur le Web et optimiser la notoriété du client et le taux d'engagement de ses communautés
Concevoir des contenus textes attrayants en s'appuyant sur les bonnes pratiques et les enjeux éthiques, les réglementations et les méthodes de référencement naturel, afin d'optimiser la visibilité des publications, son temps de travail et sécuriser la forme des publications
Elaborer des contenus vidéos, en s'appuyant sur les outils actuels, afin de créer des animations engageantes tout en

optimisant son temps de travail et en respectant un cadre légal

Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique en s'appuyant sur les fonctionnalités existantes et les réglementations en vigueur afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap

Animer les présences en ligne en mettant en place des stratégies participatives, afin de renforcer le sentiment d'appartenance aux différentes communautés, et attirer de nouveaux membres

Modérer les échanges en s'appuyant sur la charte éditoriale afin de gérer les situations de crise

Mettre en place une stratégie de social media monitoring à l'aide d'outils stratégiques, afin de recueillir des données sur les présences en ligne ciblées

Sélectionner des indicateurs de performance (KPI) des présences en ligne, afin d'évaluer l'atteinte des objectifs définis dans la stratégie de communication et mettre en place des actions correctives

Faire évoluer une stratégie de communication en s'appuyant sur l'analyse du reporting des résultats des KPI et des données de la stratégie de sociale média monitoring, afin d'être en phase avec les évolutions de son marché et les attentes de sa cible

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuelle

portant sur la mise en place et la création d'un contenu texte et vidéo sur au moins deux comptes sur les réseaux sociaux avec le choix des indicateurs de performance à partir d'un sujet donné. L'étude de cas est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement et fait l'objet d'une soutenance orale

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

RNCP38138BC03 — Intégrer des leviers de vente sur les médias sociaux afin de monétiser une stratégie de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer un blog « inbound » en s'appuyant sur une stratégie de contenus ciblés, afin d'attirer plus de visiteurs et d'augmenter le potentiel de conversion client

Mettre en place une politique de lead nurturing couplée à une campagne d'automation, en offrant des contenus personnalisés qui prennent en compte l'accessibilité numérique, afin de consolider la relation entre les clients et la marque et répondre de manière automatisée aux nouveaux comportements de consommation

Optimiser le référencement naturel en s'appuyant sur les techniques de SEO, afin d'améliorer le positionnement des pages sur les moteurs de recherche

Réaliser un audit de potentiel d'influence, en effectuant une recherche sur les influenceurs du secteur, afin de créer des partenariats qui vont accroître la notoriété du client et son chiffre d'affaires

Booster les ventes en respectant les bonnes pratiques et les réglementations (CGV, traitement des données personnelles droit de rétractation...), en actionnant des leviers accessibles par le biais des médias sociaux (social selling, social buying, Google Ads...), afin d'augmenter rapidement la visibilité et le chiffre d'affaires

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuelle portant sur l'élaboration d'une proposition d'intégration de leviers de vente sur les médias sociaux dans le cadre d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné. L'étude de cas est à produire sous format numérique et fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une soutenance orale

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

RNCP38138BC04 — Créer et optimiser des textes et images à l'aide de l'intelligence artificielle afin de gagner en efficacité grâce à la maîtrise des prompts

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir des contenus textes ciblés en s'appuyant sur l'élaboration de prompts spécifiques au fonctionnement de l'intelligence artificielle, afin de générer des réponses qui répondent à la demande

Optimiser un texte généré par l'intelligence artificielle en s'aidant d'outils de vérification et de ses compétences d'écriture, afin de rédiger des contenus percutants qui respectent les réglementations et les bonnes pratiques du Web

Créer des visuels ciblés en s'appuyant sur l'utilisation des prompts pour l'intelligence artificielle, les bonnes pratiques et les réglementations, afin d'accompagner et d'optimiser

la présentation des contenus texte

Elaborer des contenus dynamiques en s'appuyant sur l'utilisation de l'intelligence artificielle afin de créer des animations engageantes

Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique à l'aide des possibilités offertes par l'intelligence artificielle afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Exercice individuel portant sur la création d'un texte ainsi que d'un visuel et d'une courte animation, en s'appuyant sur l'intelligence artificielle à partir d'un sujet donné

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Ce professionnel peut exercer dans tous les secteurs d'activité, de toutes tailles, sous statut salarié ou indépendant, qu'il s'agisse du secteur primaire, secondaire ou tertiaire.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Animateur de communautés

Animateur de réseaux sociaux

Gestionnaire de communautés

Chargé de communication digitale

Chargé webmarketing ou de marketing digital

Social Média Manager

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

En dehors des règles propres à l'utilisation d'internet et à la production de contenu (droit à l'image, Loi informatique et libertés, protection des consommateurs, Loi visant à lutter contre les contenus haineux sur internet, accessibilité numérique), il n'existe pas de réglementation spécifique à l'exercice du métier de Community 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)	2 386 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 101
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 5 ou équivalent.

Etre titulaire du baccalauréat ou d'une certification professionnelle de niveau 4 et pouvoir justifier d'une expérience significative dans un secteur lié au marketing ou à la communication

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

Le jury est composé de quatre membres :

Un président de jury (Community Manager extérieur à l'entité certificatrice
Deux Community Managers extérieurs à l'entité certificatrice
Le responsable pédagogique

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	8 222 €
Selon la branche	6 000 € – 9 475 €
Prise en charge	Branches concernées
8 222 €	Valeur par défaut · 186 branches
9 475 €	CPNE Casinos, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
7 923 €	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
8 867 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 189 €	CPNEFP Mutualité
8 151 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 124 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	18/10/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/10/2026
Date de dernière délivrance possible	18/10/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	141	0	90 %	68 %
2021	80	0	90 %	69 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31936

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42645

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP31936, RNCP34167, RNCP34922, RNCP36011, RNCP36467, RNCP36622, RNCP36852, RNCP37347

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://imci-formation.com/formation-cm-et-social-media/formation-community-manager-social-media-manager>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38138/>

Où se former

Formations référencées	15
Organismes	3
Régions couvertes	3
Prix indicatif	605 € – 4 990 €
Durée	35 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	664
Parcours menés à terme	501
Taux d'achèvement	75 %
Période	01/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	700
Montant total engagé	1 584 875 €
Coût moyen par dossier	2 264 €
Durée moyenne	314 h
Période	01/2024 – 08/2026
France compétences	84 %
France Travail	8 %
Reste à charge titulaire	6 %
Entreprise	1 %

OPCO	1 %
Régions	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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