

Intégrer le digital dans sa stratégie de communication et marketing

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **La certification concerne tous les secteurs d'activité concernés par la communication.**

Cette certification professionnalise les métiers de la communication et notamment celui de Chargé (e) de communication.

Code(s) NAF : **94.99Z**
Code(s) NSF : **320n**, **320**
Code(s) ROME : **E1402**, **E1103**
Formacode : **46301**

Date de création de la certification : **01/03/2013**

Mots clés : **STRATEGIE ON LINE**, **E-MARKETING**, **communication**, **Digital**

Identification

Identifiant : **2448**

Version du : **11/01/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **NA**

Non formalisé :

- [Référentiel Chargé de communication- Référentiel des métiers de la communication](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

La digitalisation des usages et des entreprises a représenté un véritable tournant pour la population des communicants en entreprise, qu'ils représentent une marque, un média ou une agence conseil en communication. Une grande part des professionnels travaillant dans la communication sont issus de formations initiales « obsolètes » à l'aune des bouleversements numériques. Nombre de ces professionnels se sentent ainsi dépassés par des évolutions rapides du vocabulaire, des technologies et des outils liés à leur métier. Une mise à niveau est aujourd'hui une étape incontournable.

La Certification délivrée par Media Institute et la Fédération de la Formation Professionnelle permet de valider et valoriser ses compétences en matière de communication digitales, pour favoriser le maintien dans l'emploi et/ou la mobilité professionnelle.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Référentiel Chargé de communication - Fiche RNCP 17832
- Inventaire : Certification Marketing digital- Identifiant 1345.

Descriptif général des compétences constituant la certification

Cette certification valide les compétences suivantes du métier de Chargé (e) de communication:

Maîtriser de façon opérationnelle les outils et actions de communication, compétence nécessaire à l'activité de conseil et d'accompagnement des managers opérationnels dans leur stratégie

Public visé par la certification

- Public salarié sur les fonctions communication et stratégie commerciale

de communication.

Les éléments composants cette compétence sont de :

Définir les objectifs d'une campagne de communication digitale

Élaborer un dispositif de communication digitale répondant à des objectifs visés

Identifier les leviers de communication digitale répondant aux objectifs visés

Argumenter et soutenir ses choix d'objectifs et leviers

Mesurer et suivre ses actions de communication

Les éléments composants cette compétence sont de :

Maîtriser les outils de recueil des données de performance d'une campagne de communication digitale

Mesurer et optimiser l'efficacité de ses investissements de communication au regard des données recueillies

Modalités générales

10 jours de formation (70 heures) sur 5 mois, dont 2 demi-journées et 9 jours pleins (7 heures), prolongés par un accompagnement e-learning 10 modules entre les sessions soit 40 heures

Le passage de la Certification a lieu dans les locaux de Media Institute après un entretien préalable.

L'examen se compose :

D'un QCM de 40 questions

De la préparation et la soutenance d'un cas concret de campagne de marketing digital

Les salariés en reconversion ou nécessitant l'acquisition de nouvelles compétences pour le maintien dans l'emploi peuvent suivre une formation préalablement au passage de la Certification.

Contactez Media Institute pour plus de détails : 01 43 12 15 28.

Liens avec le développement durable

Aucun

en entreprise : Chargé et responsable de la communication en entreprise, Chef de publicité en régie, Expert média ou commercial en agence média.

- Tout salarié en reconversion professionnelle
- Demandeur d'emploi

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Développer ses compétences dans le digital
Maintenir et renforcer son employabilité en répondant à la digitalisation des métiers
Professionaliser sa stratégie marketing et communication

Pour l'entité utilisatrice

Accroître le business des entreprises par le digital : augmentation de la vente de publicité digitale pour les régies, vente de dispositifs digitaux ou cross canal pour les agences de publicité, accroissement des points de contact digitaux pour les annonceurs
Optimiser les postes de dépenses pour les annonceurs
Répondre aux exigences des évolutions et des tendances du marché

Evaluation / certification

Pré-requis

Centre(s) de passage/certification

Avoir une expérience de deux ans minimum dans la communication ou une formation validée (Bac+3 minimum) en lien avec la communication digitale.

En amont de la formation : un test sert à évaluer les connaissances préalables (40 questions fermées et ouvertes, dont motivation, corrigées par le coordinateur de la formation) et à sélectionner les participants de la formation. Des entretiens individuels téléphoniques sont ensuite réalisés par MEDIA Institute pour vérifier la cohérence du projet professionnel (lien entre la formation et les évolutions professionnelles souhaitées).

Compétences évaluées

1. La compétence : "Maîtriser de façon opérationnelle les outils et actions de communication" est évaluée dans sa globalité et s'appuie sur les éléments suivants :

Définir les objectifs d'une campagne de communication digitale

Élaborer un dispositif de communication digitale répondant à des objectifs visés

Identifier les leviers de communication digitale répondant aux objectifs visés

Argumenter et soutenir ses choix d'objectifs et leviers

2. La compétence : "Mesurer ses actions" est évaluée dans sa globalité et s'appuie sur les éléments suivants :

Maîtriser les outils de recueil des données de performance d'une campagne de communication digitale

Mesurer et optimiser l'efficacité de ses investissements de communication au regard des données recueillies

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Sans niveau spécifique

La validité est Temporaire

2 ans

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences

Plus d'informations

Statistiques

L'utilité sociale de la certification est avérée puisqu'elle a été délivrée à 130 candidats entre 2015 et 2016, avec une progression de 600% de 2015 à 2016. Le nombre de personnes déjà inscrites pour obtenir la certification en 2017 et 2018 confirme le succès de cette certification.

Autres sources d'information

<http://www.media-institute.com/formations/certificat/>

