
REFERENTIEL SIMPLIFIE

Référentiel simplifié de compétences pour le titre RNCP de l'Ircôm de niveau 7 « Manager de la communication » (publié au JO du 17/03/2021– RNCP 35436)

Bloc 1 : Analyser les déterminants stratégiques d'une organisation en rapport avec son environnement

1. Identifier les parties prenantes internes et externes en comprenant leurs enjeux et leurs articulations de manière à déterminer les opportunités et risques pour son organisation
2. Déterminer les éléments de la culture d'entreprise en s'appropriant les codes, pratiques et références culturelles afin de les véhiculer aux collaborateurs tout en donnant du sens au travail
3. Analyser les axes stratégiques, les enjeux et perspectives d'évolution d'une entreprise en déterminant sa création de valeur afin de contribuer au choix et à la définition de la stratégie d'entreprise
4. Réaliser une veille sur les concurrents en analysant des indicateurs budgétaires, de pratiques, d'innovation et d'orientation en vue d'identifier leurs stratégies et ajuster le positionnement de son organisation
5. Réaliser une veille économique, sociale, technique et culturelle en identifiant les tendances en termes d'outils, de canaux de communication et de vision afin d'adapter ses services aux besoins et attentes du consommateur cible

Bloc 2 : Concevoir la stratégie de communication globale

6. Elaborer un diagnostic de la stratégie de communication globale de l'entreprise en analysant les éléments des campagnes antérieures et en déterminant les forces et faiblesses de la politique de communication afin d'identifier une problématique à résoudre
7. Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en déterminant le positionnement, les objectifs, les cibles, les canaux de distribution et les messages à faire passer de manière à soutenir la stratégie globale de l'entreprise
8. Définir le mix-stratégique médias et hors médias afin d'atteindre la cible déterminée

9. Elaborer une stratégie de création en déterminant les éléments clés à prendre en considération par les équipes créatives internes ou externes afin de décliner de manière opérationnelle les orientations stratégiques de la communication
10. Élaborer un plan de communication en déterminant un budget, en évaluant les besoins en ressources humaines, matérielles et financières de manière à réaliser une prestation dans un calendrier déterminé

Bloc 3 : Piloter la mise en œuvre des projets de communication

11. Piloter la mise en œuvre des campagnes de communication internes et/ou externes en délivrant des orientations aux équipes afin de se conformer aux orientations du plan de communication
12. Évaluer le retour sur investissement des actions de communication en mettant en œuvre des outils de mesure afin d'effectuer les arbitrages nécessaires en fonction du cahier des charges
13. Participer aux choix pris par les instances décisionnaires en les conseillant, en jouant un rôle d'interface entre les directions, en accompagnant les changements liés à la communication
14. Accompagner l'organisation à s'adapter à son environnement à court et à long terme en proposant un plan d'action adapté afin de faciliter l'appropriation individuelle et collective du changement

Bloc 4 : Manager les intervenants internes des projets de communication

15. Manager les membres de l'équipe projet en fixant les objectifs et les indicateurs collectifs et individuels et en veillant aux dimensions constitutives du travail
16. Mettre en œuvre une communication convaincante en proposant des canaux de communication adaptés aux profils des membres de son équipe afin d'impliquer les parties prenantes internes de l'entreprise dans la réalisation d'un projet commun
17. Mener une analyse réflexive de la pratique managériale en entreprise en identifiant le type de management, les leviers personnels de motivation et les modes de communication afin de proposer un plan d'action permettant d'optimiser la pratique managériale