

Bloc de compétences issu de la certification professionnelle de niveau 6 :

« Community manager », enregistrée au RNCP* par DORANCO.

Fiche RNCP* n°41364, enregistrée au RNCP* le 24/09/2025, code NSF :

320m : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41364/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles



OBJECTIFS

- Réaliser une veille ciblée sur les innovations en community management et marketing digital, incluant les nouvelles fonctionnalités des plateformes sociales (ex. changements d'algorithmes, outils IA ayant un impact direct sur les actions digitales).
- Analyser des pratiques concurrentielles et des évolutions sectorielles en lien avec la stratégie de communication digitale.
- Suivre les évolutions réglementaires impactant les contenus numériques (RGPD, droit à l'image, transparence des publicités).
- Intégrer les résultats de la veille dans les orientations stratégiques.
- Recueillir les attentes des clients ou des parties prenantes
- Diagnostiquer la présence numérique de l'organisation (réseaux sociaux, site internet), en analysant les performances des contenus numériques.
- Établir la cartographie des audiences cibles et de leurs comportements numériques.
- Identifier et hiérarchiser des objectifs stratégiques et opérationnels alignés sur les besoins des parties prenantes internes et externes.
- Élaborer une ligne éditoriale et une charte éditoriale cohérentes avec les cibles, les objectifs stratégiques et les valeurs de l'organisation.
- Intégrer les principes de durabilité, d'inclusion, et de responsabilité sociétale dans les axes stratégiques.
- Élaborer des orientations stratégiques basées sur les résultats de l'audit et les objectifs fixés.
- Sélectionner des réseaux sociaux ou des plateformes numériques en fonction des objectifs définis et des cibles identifiées.
- Concevoir une stratégie différenciée pour les contenus organiques et payants (SEO/SEA, SMA).
- Intégrer les principes d'inclusion, d'accessibilité, et d'écoresponsabilité dans la stratégie.
- Intégrer l'utilisation d'outils d'IA (ChatGPT) dans la création de stratégies innovantes.
- Élaborer un calendrier prévisionnel détaillant les étapes et les actions à mener.
- Allouer les ressources nécessaires (humaines, financières, techniques).
- Identifier et suivre des indicateurs clés de performance (reach, engagement, conversion) pour l'évaluation de l'impact des actions.
- Réaliser des bilans périodiques pour l'ajustement des stratégies et l'optimisation des performances futures.

Compétences et aptitudes visées

- Mettre en place une veille stratégique sur les innovations technologiques, réglementaires et concurrentielles à l'aide d'outils spécialisés.
- Analyser et exploiter les données de veille pour produire des recommandations et orienter les décisions en communication digitale.
- Identifier les besoins des clients et parties prenantes afin de définir des objectifs de communication adaptés.
- Réaliser un audit de la présence numérique (réseaux sociaux, site web) et identifier les axes d'amélioration.
- Étudier les audiences cibles et leurs comportements numériques pour affiner les stratégies de communication.
- Définir des objectifs de communication alignés sur les enjeux organisationnels, en intégrant les principes de responsabilité sociétale et d'inclusion.

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE ADAPTÉE AUX OBJECTIFS - 150h

Bloc de compétences issu de la certification professionnelle de niveau 6 :

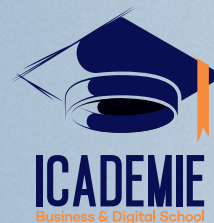
« Community manager », enregistrée au RNCP* par DORANCO.

Fiche RNCP* n°41364, enregistrée au RNCP* le 24/09/2025, code NSF :

320m : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41364/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles



OBJECTIFS

Compétences et aptitudes visées

- Concevoir une ligne éditoriale et une charte éditoriale cohérentes avec l'identité et les objectifs de l'organisation.
- Élaborer une stratégie et un plan de communication digitale en sélectionnant les canaux et outils les plus pertinents, y compris l'IA.
- Développer des stratégies de visibilité combinant contenus organiques et campagnes sponsorisées (SEO, SEA, SMA).
- Planifier et coordonner les actions de communication à travers un calendrier stratégique et une gestion des ressources.
- Mesurer la performance des actions de communication à l'aide de KPIs et ajuster les stratégies en conséquence.

PROFIL

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en poursuite ou en reprise d'études

DURÉE ET ACCESSIBILITÉ



Durée de la formation : **150h**

La formation s'effectue 100 % à distance
(examens inclus)

Après étude du dossier et selon les aménagements possibles, les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation peuvent être adaptées aux publics en situation de handicap.

MODALITÉS D'ADMISSION

- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels

PRÉ-REQUIS

Pour accéder à ce parcours, vous devez remplir les conditions suivantes :

- Entretien
- Dossier de candidature
- Réussite au test de positionnement : test de positionnement en culture générale (français, communication) permettant de vérifier l'adéquation du niveau du candidat avec les exigences de la formation
- Être titulaire d'une certification professionnelle ou d'un diplôme de niveau 5
- Ou être titulaire du baccalauréat ou d'une certification professionnelle de niveau 4 et justifier d'une expérience significative, d'une durée de six mois à un an, dans les secteurs du marketing, de la communication digitale et/ou de la publicité (avec accord du certificateur)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accompagnement individuel et en groupe assuré par des tuteurs/formateurs experts dans le domaine.
- Encadrement assuré par un référent pédagogique et un référent examens.
- Webconférences en direct (également accessibles en différé), forums de discussions, messagerie personnelle.
- Apports de contenus, analyse de cas pratiques, jeux de rôles, échanges libres.
- Plateforme accessible 7j/7.
- Accès à une vidéothèque et une bibliothèque numérique.

PROGRAMME

VEILLE STRATÉGIQUE, CONCURRENTIELLE ET RÉGLEMENTAIRE

- Définir une veille stratégique ciblée
- Exploiter les données issues de la veille stratégique

RECUEIL DES BESOINS ET ANALYSE DU POSITIONNEMENT DIGITAL

- Analyser les besoins des clients ou parties prenantes
- Réaliser un diagnostic de la présence numérique d'une organisation
- Cartographier les audiences cibles et leurs comportements numériques

DÉFINITION DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET ÉDITORIAUX

- Définir des objectifs stratégiques et opérationnels de communication
- Définir une ligne éditoriale et une charte éditoriale

ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DIGITALE

- Concevoir un plan de communication digitale
- Élaborer une stratégie différenciée pour les contenus organiques et sponsorisés

PLANIFICATION DES ACTIONS ET SUIVI DES INDICATEURS

- Élaborer un calendrier stratégique
- Suivre les indicateurs de performance (KPIs)

Modalités d'évaluation

Plusieurs sessions d'examens par an.

Les compétences de ce bloc sont évaluées par 2 épreuves écrites du type « Étude de cas », d'une durée de 4h00 pour chaque épreuve. L'étude de cas est une évaluation qui consiste à analyser et résoudre un cas pratique inspiré de situations professionnelles réelles. Le candidat est confronté à un scénario de problématiques rencontrées dans le métier visé, et doit proposer des solutions ou des recommandations adaptées.

Chacun bloc de compétences fait l'objet d'une évaluation en cours de formation. La certification professionnelle est acquise par l'obtention des 4 blocs de compétences qui la composent.

Chaque bloc de compétences peut être acquis de manière autonome, via des études de cas, la présentation d'un projet et un entretien technique devant un jury.

L'obtention du titre est soumise à la présentation d'un projet final réalisé en amont d'une session de validation et présenté à l'oral face à un jury de professionnels. S'en suivra un échange avec le jury qui aura à charge de vérifier l'acquisition des compétences visées par la certification.

Équivalences et Passerelles

Il n'y a pas d'équivalences et passerelles sur cette formation.

Période en entreprise

La période en entreprise est facultative dans le cadre de la validation du bloc de compétences seul.

En cas de validation complète de la certification professionnelle de Community manager, le candidat doit accomplir une période en milieu professionnel à temps plein dans un ou plusieurs établissements de son secteur d'activité (hors contrat d'apprentissage), pour une période minimale de 40 jours consécutifs ou 280h (cf. référentiel de formation).

DÉBOUCHÉS

Le Community manager intervient dans des structures de toutes tailles et dans des secteurs variés, adaptant ses missions aux spécificités de chaque organisation. Son rôle est désormais stratégique dans un monde où la communication digitale est un levier incontournable pour les entreprises.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Community manager
- animateur de communautés
- animateur de forums sur Internet
- Coordinateur d'e-réputation
- Gestionnaire de communautés Internet
- Modérateur web
- Responsable des réseaux sociaux
- Social Media Manager
- Webmaster animateur

POURSUITE D'ÉTUDES

La validation de l'ensemble des blocs de cette certification professionnelle vous donne les clés pour être rapidement opérationnel sur le marché de l'emploi. Toutefois, une poursuite d'études peut être une option intéressante si vous souhaitez renforcer votre profil ou vous spécialiser (Mastère Manager des stratégies marketing et communication, Mastère Responsable marketing digital et opérationnel, etc.).

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions à tout moment de l'année.
Le délai d'accès à la formation est habituellement de 14 jours après validation de votre dossier.

TARIFS

À partir de 1550 € TTC.
Contactez le service Conseil en Formation pour le détail des conditions tarifaires.

MODALITÉS DE FINANCEMENT

- CPF
- Plan de développement des compétences
- Autofinancement

Prise en charge à 100 % possible selon les modalités de financement.

INDICATEURS DE RÉSULTATS – 2024

103 apprenants ont suivi leur formation sur l'année 2024-2025. Étude réalisée auprès de nos 94 apprenants ayant passé les examens (taux de présentation à l'examen : 91 %), dans le cadre d'une enquête de satisfaction (taux de retour : 27 %) et d'une enquête d'insertion (taux de retour : 52 %).

- **Taux de réussite : 85 %**
- **Taux de satisfaction : 69 %**
- **Taux d'insertion à 6 mois : 8 %**
- **Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : 4 %**



Formation à Distance

3 Rue Racine
83000 Toulon
09 73 03 01 00
contact@icademie.com
SIRET 489 088 971 00093

Paris

5 Rue Saint-Georges
75009 Paris
01 75 85 85 65
contact@icademie-paris.com
SIRET 489 088 971 00101

Aix-en-Provence

415 Avenue des Chabauds
13320 Bouc-Bel-Air
04 42 58 86 31
contact@icademie-aixenprovence.com
SIRET 489 088 971 00077

Toulon

15 Boulevard de Strasbourg
83000 Toulon
04 89 33 14 62
contact-toulon@icademie.com
SIRET 489 088 971 00051