

OPENCLASSROOMS

Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

Chargé de communication multicanale

Niveau 6

Évaluation des candidats en situation de handicap

Avec l'accord du candidat, l'identification d'une situation de handicap peut être déclarée dans le dossier académique destiné au jury final qui le prendra en compte dans son évaluation. Tout candidat en situation de handicap peut également bénéficier d'un aménagement de ses modalités d'évaluation au cours de sa formation (notamment un tiers temps pour les soutenances).

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION

BLOC 1. Développer une stratégie et un plan de communication multicanale

La **stratégie de communication** est la **vision globale** de la communication d'une marque ou d'une organisation. Élaborée en résonance avec la stratégie globale de l'organisation, et généralement définie par la direction, elle fixe les orientations pour structurer les efforts visant à améliorer et à renforcer la communication, l'image et la réputation. Elle définit des objectifs de communication, généralement articulés autour de trois axes principaux :

- Faire connaître (ex : accroître la visibilité et la notoriété) ;
- Faire aimer (ex : encourager l'engagement et l'interaction) ;
- Faire agir (ex : inciter à l'action, que ce soit par le recrutement, les ventes ou la fidélisation).

La stratégie de communication trace une **trajectoire**, quelle que soit sa durée. Elle peut être révisée chaque année ou ajustée à la suite d'une réorganisation, d'un changement de direction ou d'une transformation structurelle. Cette révision repose généralement sur un diagnostic (ponctuel) ou un audit (réalisé à intervalle régulier ou lors d'une prise de poste). Le **plan de communication, déclinaison opérationnelle de la stratégie**, prend généralement la forme d'un document fonctionnel et détaillé, énumérant une série d'actions de communication à mettre en œuvre sur une période donnée. Une même stratégie peut donc donner lieu à plusieurs plans de communication.

Dans ce cadre, le chargé de communication multicanale **définit, actualise ou bien participe à la définition ou à la révision de la stratégie de communication** d'une marque ou d'une organisation. Son action varie selon le contexte, la structure organisationnelle et les moyens/budgets alloués à la communication. Dans toutes les situations, la responsabilité de la stratégie de communication ne lui incombe pas. Il **cadre également la communication** au travers de documents de référence (ex : charte éditoriale, charte graphique, charte des réseaux sociaux, etc.). Il sera le plus souvent amené à adapter ces supports déjà existants au sein de l'organisation. Enfin, le chargé de communication multicanale **construit le plan de communication**, en intégrant :

- Les **canaux digitaux**, à savoir, les réseaux sociaux (Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube...), les plateformes en ligne et mobiles (sites web, blogs, intranets, applications...), les plateformes tierces d'avis ou d'agrégation (Google Avis, TripAdvisor, Glassdoor...), les messageries électroniques et instantanées (e-mails, WhatsApp, Messenger, Discord...), les chatbots, les forums et communautés en ligne (Reddit, Quora...), les plateformes de publicité (réseaux Display, Facebook Ads, Google Ads...) ainsi que les événements en ligne (webinaires, vidéoconférences, lives, Twitch...).
- Les **canaux traditionnels**, qui comprennent la presse, la radio, la télévision, le téléphone, le courrier, les annonces et affichages publicitaires, ainsi que les événements hors ligne (conférences, salons, foires, événements hybrides...).

Toutes ces activités sont menées dans le respect de la législation en vigueur, des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de **RSE** et de **communication responsable**, ainsi que des règles internes.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Participation à la définition ou à la révision de la stratégie de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnostic en matière de communication, d'image et de réputation (état des lieux : collecte et analyse des données, formalisation de recommandations). 	<p>C1.1. Mener une analyse de l'environnement et de la perception de la marque ou de l'organisation, à la fois en interne et en externe, pour obtenir une vision claire de l'efficacité de la communication de la marque ou de l'organisation, ainsi que de son positionnement sur le marché et au sein de son écosystème.</p> <p>C1.2. Formuler et formaliser des recommandations visant à structurer ou à ajuster la stratégie de communication de la marque ou de l'organisation, en se basant sur un diagnostic stratégique en matière de communication, d'image et de réputation.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat doit actualiser une stratégie de communication pour une marque ou une organisation. Il est chargé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser un état des lieux du contexte interne et externe de la marque ou de l'organisation, comprenant : <ul style="list-style-type: none"> - Une étude de l'environnement (type Pestel) et du marché. - Un audit de l'image et de la réputation. - Un benchmark concurrentiel. • Effectuer une analyse des pratiques de communication, synthétisée par un SWOT. • Proposer une stratégie complète dans un rapport présentant des recommandations. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1 - Pertinence et rigueur méthodologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les choix méthodologiques (ex : étapes de réalisation, choix des méthodes, des outils, matrice d'analyse) pour le diagnostic (état des lieux, recommandations) prennent en compte les objectifs visés, le contexte de la marque ou de l'organisation et les éventuelles contraintes. - La méthodologie choisie permet de répondre aux objectifs visés par le diagnostic. - La méthodologie choisie est correctement appliquée (ex : utilisation correcte des outils). <p>CE2 - Cohérence du diagnostic (état des lieux, analyse, recommandations)</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'état des lieux permet d'obtenir une vision claire de l'environnement (tendances, contexte économique, social, etc.), des pratiques de l'organisation (objectifs globaux, valeurs et mission, culture organisationnelle, positionnement de la communication), de la gestion opérationnelle de la communication (cibles, messages diffusés, canaux de communication utilisés, contenus et supports de communication produits ...), de la gestion de l'image et de la réputation (perception interne et externe) et de la concurrence.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse permet d'identifier et de justifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces de la marque ou de l'organisation. - Les recommandations permettent de dessiner les grandes orientations visant à optimiser la communication au sein de l'organisation ou de la marque.
<ul style="list-style-type: none"> - Appui à la formalisation de la stratégie de communication (objectifs stratégiques, parties prenantes, messages clés, leviers d'action). 	<p>C1.3. Formaliser une stratégie de communication, en cohérence avec la stratégie globale de l'organisation, afin de garantir la cohérence et l'efficacité des efforts de communication tout en favorisant une perception positive de la marque ou de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir/ajuster les objectifs stratégiques de communication. - Identifier les parties prenantes de la communication (clients, employés, partenaires...). - Définir/ajuster le(s) message(s) clé(s) à véhiculer. - Définir/ajuster le positionnement et les valeurs de la marque ou de l'organisation. - Définir/ajuster les leviers d'action (ex : marketing de contenu, community management, publicité, événementiel...) 		<p>CE3 - Pertinence et qualité de la stratégie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs stratégiques découlent des objectifs globaux de l'entreprise. Ils permettent de décliner les objectifs de communication de l'organisation ou de la marque. Ils sont SMART. - Les parties prenantes sont correctement identifiées. - Les messages clés sont définis en cohérence avec les objectifs visés. - Les leviers d'action sont identifiés, en cohérence avec les objectifs visés. <p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
Déclinaison opérationnelle de la stratégie de communication : - Élaboration ou actualisation des documents de référence / de cadrage (ex : charte éditoriale, charte graphique, charte rédactionnelle, guide des réseaux sociaux, etc.).	C1.4. Élaborer et/ou actualiser les chartes de communication à destination des équipes dédiées à la production et à la diffusion des contenus, dans le respect de l'identité de la marque ou de l'organisation, afin d'assurer la cohérence, l'homogénéité et le déploiement efficace des communications sur l'ensemble des canaux.	L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée. À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé d'établir une charte de communication intégrant : <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs opérationnels de la charte. - L'identité visuelle (logo, couleurs, typographie...) - La ligne éditoriale (ton et style, messages, normes de langage...) - L'usage des canaux de communication (règles spécifiques, types de contenus, fréquence des publications/diffusions...) - Le processus de création et de validation des contenus. - Les modalités d'encadrement de la communication. L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la	CE1 - Pertinence de la charte de communication - Les objectifs opérationnels de la charte de communication découlent des objectifs stratégiques. - Les choix de la charte de communication sont justifiés au regard du contexte, de la cible définie, des objectifs et adaptés à chaque canal de communication identifié. CE2 - Complétude de la charte de communication - La charte de communication intègre toutes les sections nécessaires (les objectifs, les éléments éditoriaux, les éléments graphiques, etc.) à la mise en œuvre opérationnelle de la stratégie de communication. - Elle prend en compte l'ensemble des supports de la marque ou de l'organisation. - L'identité visuelle décline a minima logos, couleurs, typographies, planche de tendances et des exemples créatifs. - Les règles d'utilisation de l'ensemble

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
		durée et le déroulement sont calibrés.	<p>des canaux de communication sont présentées de manière claire et lisible, de façon à être directement exploitables par les communicants.</p> <p>CE3 - Clarté et complétude du processus de création et de validation des contenus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le processus de création et de validation des contenus inclut des étapes claires, définit les acteurs responsables pour chaque étape et intègre des points de contrôle qualité pour garantir la cohérence et la pertinence des contenus. <p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> - Élaboration ou actualisation d'un plan de gestion de crise (acteurs, étapes, outils, modes opératoires). 	<p>C1.5. Élaborer et/ou actualiser un plan de gestion de crise (acteurs, étapes, outils, modes opératoires) afin de prévenir voire d'anticiper, de détecter et de gérer efficacement les situations de crise.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé d'élaborer un plan de gestion de crise intégrant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs du plan. - Une liste des situations de crise potentielles classifiées. - Un protocole et un plan d'action à exécuter en cas de crise. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1- Pertinence des situations à risque identifiées</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les risques en termes de communication sont listés / identifiés, dans leur ensemble. - Les risques sont répertoriés par fréquence / par gravité selon une échelle et hiérarchisés selon des critères définis (et justifiés). - Les risques identifiés permettent de définir une liste de situations de crise potentielle. <p>CE2 - Complétude du plan de gestion de crise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le plan de gestion de crise est complet, il intègre tous les objectifs nécessaires (prévention, anticipation, détection, gestion), établit une liste de situations de crise potentielles classées selon leur gravité, un protocole et un plan d'action de crise. - Chaque élément du plan de gestion de crise est détaillé : situations de crise, types de risque, fréquence, gravité, actions précises à exécuter en cas de survenance, étapes nécessaires, acteurs responsables, outils à utiliser pour gérer la crise de manière efficace. <p>CE3 - Cohérence du plan de gestion de crise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le plan de gestion de crise répond de façon réaliste et adaptée aux

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>différents types de crises identifiés, assurant une réponse cohérente et appropriée à chaque situation.</p> <p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<ul style="list-style-type: none"> - Élaboration d'un plan de communication multicanale (actions, objectifs opérationnels, cibles, canaux, budget détaillé, planning, indicateurs de suivi). 	<p>C1.6. Élaborer et budgéter un plan de communication multicanale pour structurer et optimiser les efforts de communication de la marque ou de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sélectionner et définir les actions de communication et les objectifs opérationnels associés, en cohérence avec la stratégie de communication préalablement définie.</i> - <i>Qualifier les cibles et en analyser les comportements au moyen de</i> 	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé d'élaborer un plan de communication multicanale comportant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les actions de communications et objectifs de communication associés, 	<p>CE1 - Pertinence du plan de communication multicanale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs opérationnels découlent des objectifs stratégiques. - L'ensemble des éléments du plan de communication (objectifs, cibles, canaux, actions, budget, calendrier, KPI) sont en cohérence / en adéquation avec la stratégie définie, cohérents entre eux, réalistes et opérationnels.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p><i>personas.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sélectionner les canaux de communication (digitaux et/ou traditionnels) adaptés aux objectifs et aux cibles.</i> - <i>Adapter les messages clés en fonction des actions, cibles et canaux choisis.</i> - <i>Planifier et budgéter les actions/le plan de communication, à l'aide des outils de gestion de projets adaptés (ex : diagramme de gantt, etc.).</i> - <i>Définir les modalités de suivi et d'évaluation (KPI) des actions/du plan de communication.</i> 	<p>les cibles visées (segmentées) et personas associés.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La sélection d'au moins quatre canaux de communication, incluant : <ul style="list-style-type: none"> • Au moins un canal digital (ex : réseaux sociaux, plateforme en ligne, messagerie...). • Au moins un canal traditionnel (ex : affichage, presse écrite, événements en présentiel...). - Une estimation budgétaire détaillant les coûts associés à chaque action de communication. - Un calendrier prévisionnel des actions de communication. - Les modalités de suivi et d'évaluation du plan de communication. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE2 - Complétude du plan de communication multicanale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le plan de communication multicanale comprend tous les éléments nécessaires : objectifs de communication, cibles segmentées et personas associés, sélection de canaux (au moins un digital et un traditionnel), présentation de chaque action, estimation budgétaire précise et réaliste, calendrier prévisionnel sous forme d'un diagramme de Gantt et modalités de suivi et d'évaluation (KPI). - Chaque action est précisément décrite. <p>CE3 - Justesse et conformité du plan de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les personas sont réalistes, justifiés, et correctement décrits. - Le budget est réaliste, justifié et correctement décrit (ex : lignes de dépense, coûts fixes et variables, différentes nature de charges). - Les modalités de suivi et d'évaluation sont justes justifiées, correctement décrites. - Les actions de communication sont choisies au regard des objectifs visés. - Les canaux sont choisis en cohérence avec les actions et les cibles visées.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<p>Veille informationnelle stratégique (métier, sectorielle, concurrentielle, technologique, image/réputation, réglementaire).</p>	<p>C1.7. Mettre en place une veille informationnelle afin de bénéficier d'informations actualisées dans son champ d'activité (pratiques métier, nouvelles tendances, initiatives des concurrents, innovations technologiques, évolutions réglementaires, etc.) et de surveiller l'image et la réputation de la marque.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Réaliser une veille informationnelle (métier, secteur, concurrence, technologies, image/réputation, réglementations). ● Analyser et synthétiser les résultats de la veille (points clés pertinents, impacts 	<p>CE1 - Pertinence de la veille</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins de veille (métier, secteur, concurrence, technologies, image/réputation, réglementations) sont clairement définis et en cohérence avec les objectifs de l'entreprise. - Les thématiques et mots-clés à suivre sont identifiés. - Le choix des outils de curation est justifié par rapport aux besoins identifiés. - Le recueil des données est effectué à partir de sources fiables.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p>C1.8. Analyser et partager les informations issues de la veille afin de mettre en lumière les points clés relevés et de proposer des recommandations stratégiques fondées sur ces analyses (opportunité, évolution / ajustement des stratégies et/ou des actions de communication etc.).</p>	<p>éventuels sur la stratégie de communication).</p> <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE2 - Pertinence de l'analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données collectées sont analysées de manière approfondie, et permettent d'identifier les tendances et les impacts sur la stratégie de communication. <p>CE3 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>BLOC 2. Mettre en œuvre et évaluer des actions de communication</p> <p>Dans le cadre de la mise en œuvre des actions de communication, le chargé de communication multicanale s'engage à concrétiser la stratégie de communication préalablement élaborée pour une marque ou une organisation.</p> <p>Une partie essentielle de l'activité consiste en la création et la diffusion de contenus et supports de communication imprimés ou numériques, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des contenus ou supports écrits : articles de blog ou de site internet, communiqués de presse, posts sur les réseaux sociaux, newsletters et e-mailings, rapports / études, contenus pour brochures, dépliants, flyers, scripts pour vidéos ou podcasts, briefs et présentations, sondages, questionnaires, contenus pour campagnes publicitaires ... • Des contenus ou supports visuels ou audiovisuels : images, vidéos, infographies, graphiques, affiches / bannières publicitaires... <p>Selon le contexte et l'organisation de l'entreprise, il peut effectuer ses tâches (de conception) seul ou en collaboration avec des équipes internes et/ou externes.</p> <p>En parallèle, le chargé de communication multicanale déploie un large éventail d'actions, allant de la gestion proactive des interactions courantes (avec les audiences, partenaires, journalistes, clients...) à la gestion de crises et de la communication sensible, en passant par le développement de réseaux et de communautés dynamiques (animation, partenariats, événements), dans un souci constant de protection ou de renforcement de l'image et la réputation de la marque ou organisation.</p> <p>Toutes ces activités sont menées dans le respect de la législation en vigueur, des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de RSE et de communication responsable, ainsi que des règles internes.</p>			
<p>Conception de contenus / supports de communication imprimés ou numériques (écrits, visuels, audiovisuels). Le cas échéant, supervision de la création.</p>	<p>C2.1. Concevoir des contenus et/ou supports de communication (écrits et/ou visuels/audiovisuels) imprimés et/ou numériques, afin de véhiculer un (ou des) message(s) clé(s) en adéquation avec la stratégie de communication de la marque ou organisation.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une série de contenus ou supports de communication comprenant : <ul style="list-style-type: none"> - Un article de blog ou de site internet optimisé pour le web. - Un communiqué de presse conforme aux normes journalistiques. - Un post sur les réseaux 	<p>CE1 - Pertinence des contenus ou supports</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents contenus et supports sont en adéquation avec la stratégie de communication (objectifs, publics, messages) et respectent les chartes / plans de communication. - Les différents contenus et supports respectent les codes / les formats des canaux associés. <p>CE2 - Cohérence et conformité des contenus ou supports</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'article de blog est optimisé pour le web : il inclut des mots-clés pertinents, des liens internes et externes, et une structure claire

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
		<ul style="list-style-type: none"> - sociaux adapté à la plateforme. - Une newsletter intégrant des éléments HTML. - Un support print adapté au canal de distribution. - Une vidéo simple respectant un format donné (type, durée maximale...). • Programmer et/ou diffuser une série de communications (produites ou confiées), comprenant : <ul style="list-style-type: none"> - Une publication en ligne et/ou sur les réseaux sociaux. - Un envoi via liste de diffusion. • Préparer la diffusion d'une campagne de publicité : <ul style="list-style-type: none"> - Établir un cadrage pour une campagne en ligne ou hors ligne. - Paramétrer une campagne publicitaire en ligne selon les modalités indiquées. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>(titres, sous-titres, paragraphes).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le communiqué de presse respecte les normes journalistiques en termes de format, de style, et de contenu, et est adapté à la diffusion médiatique. - Le post sur les réseaux sociaux est adapté à la plateforme spécifique (format, ton, durée, etc.). - La newsletter intègre des éléments HTML fonctionnels. - Le support print est adapté au canal de distribution. - La vidéo est de qualité technique suffisante (image et son), et véhicule un message clair. Sa durée est conforme aux objectifs de publication. <p>CE3 - Qualité rédactionnelle des contenus ou supports</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'ensemble des supports et contenus sont de bonne qualité rédactionnelle (pas ou peu de fautes d'orthographe, syntaxe correcte). <p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>sont prises en compte (dont handicap).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<p>Diffusion des contenus et des campagnes de communication (en ligne, sur les réseaux sociaux, via liste de diffusion ou promotion publicitaire).</p>	<p>C2.2. Diffuser, selon les modalités définies, des contenus / supports de communication afin de transmettre les message(s) clé(s) et de maximiser leur impact auprès des audiences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Programmer et publier des contenus en ligne (ex : site internet, blog, journal interne...).</i> - <i>Programmer et publier des contenus sur les réseaux sociaux.</i> - <i>Programmer et envoyer des communications via liste de diffusion (ex : newsletters, emailings).</i> 		<p>CE1 - Cohérence de la diffusion des contenus / supports</p> <ul style="list-style-type: none"> - La publication en ligne, sur les réseaux sociaux, et l'envoi via liste de diffusion sont correctement programmés, avec les paramètres appropriés (heure de publication, audience ciblée, personnalisation, etc.) pour maximiser l'impact. - Les messages clés diffusés sont cohérents à travers tous les supports de diffusion, respectant la stratégie de communication définie, et les supports sont adaptés à chaque canal (format, contenu, fréquence) tout en respectant les bonnes pratiques de chaque plateforme. <p>CE2 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<ul style="list-style-type: none"> - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
	<p>C2.3. Diffuser (ou préparer la diffusion d') une campagne de publicité en ligne ou hors ligne afin de répondre aux objectifs de communication spécifiques de la marque ou de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir le cadrage d'une campagne en ligne / hors ligne afin de briefier les équipes chargées de la création et/ou de la diffusion. - Paramétrer et optimiser une campagne en ligne standard. 		<p>CE1 - Pertinence du cadrage de campagne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cadrage de la campagne en ligne ou hors ligne est détaillé, incluant les objectifs détaillés. <p>CE2 - Cohérence des paramètres de campagne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les paramètres de la campagne publicitaire en ligne sont optimisés, incluant la sélection des mots-clés, le ciblage de l'audience, et la gestion du budget. <p>CE3 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>handicap).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<p>Gestion de l'image / réputation et des interactions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surveillance de la marque ou de l'organisation. 	<p>C2.4. Détecter les situations pouvant nuire à l'image ou à la réputation de la marque ou de l'organisation afin d'alerter ou de déclencher le plan de gestion de crise, le cas échéant.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme de cas pratiques.</p> <p>À partir de situations données, le candidat doit gérer des interactions courantes ainsi qu'une situation de crise. Il est chargé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Détecter les situations impactant l'image ou la réputation de la marque ou de l'organisation (nécessitant le déploiement d'un plan de gestion de crise.) 	<p>CE1 - Détection correcte des situations de crise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les signes avant-coureurs d'une situation de crise sont détectés à l'aide des alertes automatiques ou non intégrées. - Les signes avant-coureurs d'une situation de crise sont correctement analysés (à l'aide des critères définis (ex : volume, sentiment, influence des auteurs)). - Les situations de crise sont identifiées.
<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des interactions courantes (réponses / modération). 	<p>C2.5. Gérer les interactions courantes afin de maintenir une communication continue, fluide et positive avec les parties prenantes (ex : communautés, partenaires, clients...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Répondre aux différentes sollicitations (commentaires, avis, mentions, messages privés, emails, questions / relances).</i> - <i>Modérer les échanges selon les pratiques en vigueur au sein de l'organisation (charte de bonnes pratiques, charte de modération, etc.).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gérer une situation de crise suivant un plan de gestion de crise puis analyser le feedback post-crise. • Répondre à une série de sollicitations (ex : commentaires, messages privés, emails...). • Modérer une série de commentaires inappropriés en respectant la charte éthique de l'organisation. <p>L'ensemble du travail est présenté à</p>	<p>CE2 - Qualité rédactionnelle des réponses / des échanges (sollicitations / modérations) et posture adaptée</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les réponses / échanges sont de bonne qualité : syntaxe, orthographe etc. - Le ton / le style est adapté au canal / au public. - La communication est positive, fluide.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des situations de crise et de la communication sensible (plan de gestion de crise, feedback / bilan post-crise). 	<p>C2.6. Exécuter le plan de gestion de crise afin de minimiser les effets négatifs et de protéger la réputation de l'organisation sur le long terme.</p>	<p>un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE3 - Conformité de la gestion de la crise / des sollicitations (au regard des procédures définies)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les réponses / échanges respectent les règles de conduite et la méthodologie définies par la marque / l'organisation. - La crise est gérée conformément aux modalités définies au sein du plan de gestion de crise. <p>CE4 - Complétude du compte-rendu de gestion de crise.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le compte-rendu de la gestion de crise est complet : il comprend les échanges avec l'internaute et la coordination avec les parties prenantes concernées est présenté. - Des recommandations pour renforcer la résilience de l'organisation face aux futures crises, basées sur l'analyse de feedback post-crise, sont présentes. <p>CE5 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
Développement et animation d'un réseau et/ou d'une communauté : <ul style="list-style-type: none"> - Animation/développement des communautés virtuelles (ex : sondages, lancer des sujets, jeux-concours...). - Organisation de rencontres / événements en ligne (ex : webinaires, lives) ou hors ligne (ex : conférences, salons). - Mise en place de partenariats / collaborations hors médias (influenceurs, organisations, ambassadeurs...). - Développement des relations presse (ex : interviews, petits-déjeuners presse, conférences de presse etc.). 	C2.7. Organiser et animer des actions afin de développer et de fidéliser un réseau et/ou une communauté : <ul style="list-style-type: none"> - Des actions d'animation sur les réseaux sociaux, favorisant l'engagement. - Des événements en ligne ou hors ligne. 	L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée. À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé de préparer et exécuter une série d'actions visant à développer le(s) réseau(x) et communauté(s) qu'il gère, dont au moins : <ul style="list-style-type: none"> - Une action d'animation sur les réseaux sociaux. - Une rencontre ou un événement en ligne (ex : live) ou hors ligne. - Un partenariat hors média (identification et modalités de collaboration). - Une prise de contact avec la presse / un journaliste (ex : via un mail) intégrant une présentation de la marque ou de l'organisation. L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la	CE1 - Pertinence du choix des actions <ul style="list-style-type: none"> - Les actions (action d'animation sur les réseaux / rencontre ou événement) sont en adéquation avec la stratégie de la marque ou de l'organisation. - Les actions prennent en compte les objectifs visés, le contexte et les éventuelles contraintes de l'organisation ou de la marque. CE2 - Qualité des actions <ul style="list-style-type: none"> - L'action d'animation sur les réseaux sociaux inclut des éléments favorisant l'engagement, tels que des questions interactives, des sondages ou des concours, en adéquation avec les objectifs de la marque et les attentes de la communauté. - La rencontre ou l'événement, qu'il soit en ligne ou hors ligne, est conçue pour attirer et engager la communauté cible, avec des contenus et des activités pertinentes et adaptées aux intérêts de cette communauté.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p>C2.8 Mettre en place un partenariat ou une collaboration stratégique (hors média) en vue de développer et de fidéliser un réseau et/ou une communauté :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Identifier et sélectionner un partenaire hors média (influenceur, relais d'opinion) en adéquation avec la stratégie de communication.</i> - <i>Définir et établir les modalités de partenariat/collaboration.</i> 	durée et le déroulement sont calibrés.	<p>CE3 - Pertinence du choix du partenaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le partenaire choisi est en adéquation avec la stratégie de la marque ou de l'organisation. <p>CE4 - Cohérence des modalités de collaborations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de collaboration pour le partenariat sont claires, réalistes et bénéfiques pour les deux parties.
	<p>C2.9. Créer et/ou renforcer les relations presse pour étendre son réseau de soutien ainsi que l'influence de la marque ou de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Établir / développer des relations stratégiques avec les journalistes.</i> - <i>Participer aux événements presse (ex : interviews, conférences, petit-déjeuners, etc.).</i> 		<p>CE5 - Qualité rédactionnelle de la prise de contact</p> <ul style="list-style-type: none"> - La prise de contact est structurée de manière professionnelle, elle inclut une présentation claire et engageante de l'organisation ou de la marque. - La prise de contact est de bonne qualité rédactionnelle. <p>CE6 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>de communication interne, règlement intérieur) sont respectés.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
Évaluation des performances du plan ou des actions de communication.	<p>C2.10. Mesurer et évaluer les résultats des actions de communication par rapport aux objectifs visés, ainsi que les impacts (dont les impacts sociétaux, environnementaux et sociaux) des initiatives de communication afin de déterminer l'efficacité du plan de communication.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé d'évaluer l'efficacité d'une (ou des) action(s) de communication déployée(s). Il présentera ses analyses dans le cadre d'un rapport, incluant des recommandations éventuelles d'ajustement.</p>	<p>CE1 - Conformité et justesse de l'évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs visés sont évalués selon les indicateurs fixés. - Les mesures sont justes. <p>CE2 - Pertinence de l'analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse prend en compte le contexte et les objectifs visés. - L'analyse précise et justifie l'efficacité des actions au regard des critères définis et des impacts sociétaux, environnementaux et sociaux. - L'analyse souligne les forces et faiblesses des actions de communication.
	<p>C.2.11. Émettre et partager un rapport avec, le cas échéant, des recommandations à destination des parties prenantes, et rédiger un plan d'action si nécessaire.</p>	<p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE3 - Pertinence des recommandations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les recommandations proposées sont réalistes / réalisables et adaptées au contexte. <p>CE4 - Qualité rédactionnelle du rapport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le rapport est de qualité rédactionnelle professionnelle (pas ou peu de fautes d'orthographe, syntaxe correcte, bien structuré, vocabulaire correct).

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>CE5 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.

BLOC 3. Gérer un projet de communication

Un projet de communication regroupe un ensemble de solutions de communication mises en œuvre sur une période donnée. Les équipes projets peuvent inclure divers profils (ex : content managers, rédacteurs, graphistes, photographes, vidéastes, motion designers...) issus de ressources internes et/ou externes à l'organisation (ex : freelances, collaborateurs en agence).

Dans ce cadre, le chargé de communication multicanale est amené à **gérer des projets standards**, souvent contraints en termes de budget et de portée, et dont le niveau de complexité pourra évoluer avec l'expérience professionnelle. Selon sa situation professionnelle (ex : indépendant, collaborateur en agence, salarié...), il peut être interne ou externe à l'organisation. Le chargé de communication multicanale joue un rôle essentiel dans l'exécution des projets de communication, en veillant à la gestion des délais, à la qualité des livrables et, le cas échéant, à la gestion des budgets alloués. Tout au long du processus, il s'assure de la bonne réalisation et de la conformité du projet et produit des reportings réguliers pour une optimisation continue. La collaboration avec les parties prenantes est également essentielle pour garantir la cohérence des messages véhiculés et la réussite des projets.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Le chargé de communication multicanale participe également au partage des pratiques, en proposant et mettant en place des initiatives permettant d'échanger autour des actions, méthodes, approches, nouveaux outils et idées en matière de communication. Ce rôle est d'autant plus important dans le cadre de la communication interne où il peut développer des outils facilitant les échanges au sein de l'organisation.</p> <p>Toutes ces activités sont menées dans le respect de la législation en vigueur, des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de RSE et de communication responsable, ainsi que des règles internes.</p>			
<p>Analyse de la demande initiale.</p>	<p>C3.1. Collecter et analyser le(s) besoin(s) en communication afin d'identifier les attentes, le(s) objectif(s) visé(s) et les éventuelles contraintes du projet.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat doit analyser et cadrer un projet (ou une initiative) de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir le contexte, les objectifs et les contraintes du projet. • Définir les modalités de réalisation du projet (étapes, acteurs, délais, efforts, calendrier prévisionnel). • Élaborer un tableau de bord de suivi à l'aide d'un outil de gestion de projet. • Prévoir les modalités d'alimentation et de diffusion du tableau de bord. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1 - Qualité de l'analyse du projet de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs, le contexte et les éventuelles contraintes du projet sont identifiés et formalisés. - Les besoins sont correctement identifiés et reformulés.
<p>Cadrage du projet (constitution de l'équipe projet, organisation des étapes de réalisation, calendrier, définition des modalités de suivi de projet).</p>	<p>C3.2. Organiser et planifier la mise en oeuvre d'un projet de communication afin d'assurer une exécution efficace et cohérente des actions de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Identifier les profils et les compétences (internes / externes) nécessaires à la mise en oeuvre du projet en communication.</i> - <i>Définir les tâches, les durées / délais, les livrables associés et le calendrier prévisionnel.</i> - <i>Affecter les rôles et responsabilités de chacun.</i> - <i>Définir les modalités de pilotage, de coordination et de reporting auprès de l'équipe projet et des parties prenantes.</i> 		<p>CE2 - Pertinence et complétude des modalités de réalisation du projet de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de réalisation prennent en compte les objectifs, le contexte, les besoins et les éventuelles contraintes du projet. - Les modalités de réalisation sont décrites de manière exhaustive (les étapes du projet, les acteurs impliqués, les délais et efforts nécessaires sont précisées et un calendrier prévisionnel détaillé est établi) et elles sont justes / justifiées. - Des outils de planification tels que le Gantt ou le RACI sont utilisés.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>CE3 - Opérationnalité des modalités de réalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de réalisation sont réalistes / réalisables. - Les modalités de réalisation sont claires / lisibles, exploitables en l'état par les parties prenantes au projet. <p>CE4 - Cohérence du tableau de bord de suivi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le tableau de bord est complet : il intègre des indicateurs de performance pertinents et inclut les modalités de mise à jour et de diffusion aux parties prenantes. - Le tableau de bord est fonctionnel. <p>CE5 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Suivi et clôture du projet (délais, budget, livrables).</p>	<p>C3.3. Contrôler la tenue des délais et des budgets au regard des objectifs et exigences définis afin de garantir une exécution efficace, conforme et optimisée du projet.</p> <p>C3.4. S'assurer de la qualité et de la conformité des livrables intermédiaires et finaux avant de clôturer un projet afin de garantir la satisfaction des parties prenantes et la réussite globale du projet.</p> <p>C3.5. Rendre compte et proposer, le cas échéant, des ajustements en cas de dysfonctionnements afin de corriger les écarts et assurer la bonne progression et la réussite du projet.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat doit suivre un projet (ou une initiative) de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrôler la conformité des délais, budget et livrables. - Proposer un plan d'actions sur un cas / situation de non conformité. - Rendre compte aux parties prenantes. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1 - Conformité du suivi du projet de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contrôle est conforme : il est complet (vérification de l'ensemble des éléments) et effectué selon les critères préalablement définis. - Les situations non conformes sont relevées, tracées et justifiées. <p>CE2 - Pertinence et complétude du plan d'action en cas de non-conformité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le plan d'action est réaliste et réalisable. - Le plan d'action est en cohérence avec les non conformités. - Le plan d'action est détaillé / complet : il inclut des étapes, des responsables et des délais précis. <p>CE3 - Qualité du reporting aux parties prenantes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le reporting est clair et structuré pour les parties prenantes, il résume l'état d'avancement du projet, les écarts identifiés et les actions correctives proposées. Il est exploitable en l'état. <p>CE4 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) en termes de communication et

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>d'accessibilité sont respectées.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<p>Collaboration et coordination des équipes projets :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animation des équipes projets. 	<p>C3.6. Animer, fédérer et motiver les équipes projets internes et/ou externes dans le but de créer une synergie optimale pour la cohérence et la mise en œuvre réussie des projets (ou actions) de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Conduire les actions et les échanges de l'équipe projet (organiser et conduire des réunions, des entretiens, etc.)</i>. - <i>Transmettre les éléments de coordination et de suivi nécessaires à l'équipe projet (brief, état d'avancement etc.)</i> - <i>Gérer les éventuelles situations conflictuelles.</i> 	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Préparer une réunion de lancement ou de suivi du projet de communication avec les parties prenantes identifiées. ● Rédiger un brief détaillé à destination de prestataires externes, précisant les objectifs, attentes, délais et livrables attendus. <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1 - Pertinence et cohérence des éléments de coordination et de suivi (réunion de lancement ou de suivi, brief)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments de coordination et de suivi répondent à un objectif préalablement identifié. <p>CE2 - Complétude des éléments de coordination et de suivi</p> <ul style="list-style-type: none"> - La réunion de lancement ou de suivi du projet est planifiée de manière détaillée, incluant l'ordre du jour, les objectifs spécifiques, et la liste des participants. - Le brief détaillé inclut tous les éléments nécessaires : objectifs, attentes, délais et livrables attendus, et est structuré de manière claire et précise.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>CE3 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur en termes de communication (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.
<ul style="list-style-type: none"> - Partage de pratiques (au sein de l'équipe, de l'organisation, ou bien entre pairs). 	<p>C3.7. Organiser et animer des échanges (ateliers de bonnes pratiques, feedback, lessons learned, etc.) afin de diffuser et de capitaliser sur des méthodes efficaces ou réussies voire de les optimiser.</p>	<p>L'évaluation est réalisée au moyen d'un projet professionnalisant, sous la forme d'une mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>À partir d'un contexte donné, le candidat est chargé de concevoir un atelier d'échanges de pratiques.</p> <p>L'ensemble du travail est présenté à un évaluateur (expert technique) lors d'une soutenance distancielle dont la durée et le déroulement sont calibrés.</p>	<p>CE1 - Choix et rigueur méthodologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une méthodologie (conception, animation) est appliquée : l'atelier est préparé (ex : logistique) et structuré (ex : déroulé clair, exercice, agenda). - Les choix méthodologiques sont en adéquation avec le contexte, les objectifs, les résultats attendus et les participants. <p>CE2 - Qualité de la conception et de l'animation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le déroulé de l'atelier est structuré de manière claire, avec des directives

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<p>précises, permettant une participation active et l'atteinte des objectifs de l'atelier.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les échanges et feedbacks sont structurés de manière à favoriser l'interaction constructive, l'amélioration des pratiques et la capitalisation des retours d'expérience. <p>CE3 - Respect de la réglementation et des bonnes pratiques de la profession, notamment en matière de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les législations / réglementations en vigueur en termes de communication (ex : protection des données personnelles, droit à l'image) et d'accessibilité sont respectées. - Les bonnes pratiques en matière de communication et d'accessibilité sont prises en compte (dont handicap). - Les règlements internes (ex : charte de communication interne, règlement intérieur) sont respectés. - Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte à travers une communication responsable.