

## Pilotage de la communication globale de l'entreprise

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

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

Transverse : ■ **Support à l'entreprise**

Code(s) NAF : **46.71Z**, **29.10Z**, **64.11Z**, **70.22Z**, **66.22Z**

Code(s) NSF : **320**

Code(s) ROME : **E1103**

Formacode : **46301**

Date de création de la certification : **01/01/2008**

Mots clés : **Réseau social d'entreprise**, **communication digitale**,  
**communication**, **Responsable de communication**

### Identification

Identifiant : **3613**

Version du : **12/12/2018**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **N/A**

Non formalisé :

■ [Eléments décrivant la Certification](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

Révolution numérique oblige, les entreprises sont contraintes de s'adapter et se transformer de plus en plus vite. Le rôle du responsable de communication évolue au rythme de ces changements. Il ne s'agit plus seulement de produire des messages planifiés et contrôlés mais d'engager une conversation avec les publics de l'entreprise, en étant garant du capital image et des valeurs de l'entreprise. Pour réussir, le responsable de la communication doit tout à la fois faire preuve de rigueur, d'agilité, d'écoute et de pédagogie. Ambassadeur de la transformation, il doit susciter l'engagement de ses interlocuteurs internes et externes.

La certification atteste de la maîtrise des compétences permettant aux responsables communication de :

**donner du sens, incarner la stratégie de l'entreprise** et permettre aux parties prenantes internes et externes de s'engager ;

**faciliter les relations de coopération et de confiance entre les acteurs internes et externes ;**

concourir au **développement de l'activité** par la mise en œuvre d'outils et de techniques de communication on et off line.

#### Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

■ NA

#### Descriptif général des compétences constituant la certification

##### 1- Définir une stratégie de communication et bâtir son plan de communication

Réaliser un audit de communication on et off line pour mieux comprendre son environnement et ajuster sa communication

Elaborer une cartographie des parties prenantes ou publics-cibles de la communication

Définir une stratégie de communication (axes, objectifs, cibles, messages et outils)

Rédiger le plan de communication global et ses déclinaisons opérationnelles

##### 2 - Piloter l'activité communication

Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions (calendrier, moyens financiers, humains)

### Public visé par la certification

- Salariés
- Demandeurs d'emploi

Définir les critères de choix (à partir du brief rédigé) pour sélectionner les agences et des prestataires

Définir les règles de collaboration pour contrôler la réalisation des prestations

### **3- Développer le capital image de l'entreprise à l'heure du web social**

Déployer l'image de marque de l'entreprise (logo et signature, charte graphique et signalétique)

Structurer une politique de relations publiques sur le web (identifier les influenceurs et les communautés, développer la présence sur les réseaux sociaux, susciter l'engagement).

Créer et animer un réseau de relais de communication

### **4- Gérer la réputation et la notoriété**

Gérer les relations avec les médias et utiliser les outils de relations presse

Etablir une cartographie des crises

Préparer et mettre en œuvre les outils de communication de crise, (cellule de crise, « position paper », questions-réponses, point-presse, media-training)

### *Modalités générales*

Cette certification est accessible avec ou sans formation associée, en fonction des compétences déjà détenues par le candidat dans le cadre de son parcours professionnel (validation sur dossier de candidature).

La certification est délivrée en fonction des résultats obtenus à l'issue de trois modalités d'évaluation complémentaires :

validation des acquis et compétences par un expert du domaine (selon diverses modalités : contrôle des connaissances, mise en situation ...)

rédaction d'un mémoire,

soutenance du mémoire face à un jury de professionnel.

La durée du cycle de formation présentielle, associé à cette certification, est de 9 jours (63 heures) en 3 parties, étalées sur 3 mois, avec mise en application pratique entre les sessions.

Des ressources pédagogiques digitalisées permettent d'approfondir les apports réalisés en présentiel.

La certification peut être préparée, en option, avec tutorat individualisé : un expert du domaine accompagne le candidat à la certification tout au long de la rédaction de son mémoire.

Des ressources (vidéos "bonnes pratiques" ...) sont mises à disposition du candidat afin de l'aider à rédiger son mémoire et réussir sa soutenance de mémoire.

### *Liens avec le développement durable*

niveau 1 : Certifications et métiers qui internalisent le développement durable. Les activités et compétences mobilisées mettent en œuvre des matériaux et produits moins polluants

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### *Pour l'individu*

Quel que soit le secteur d'activité de l'entreprise, quelle que soit la taille de l'entreprise, cette certification permet de prendre en main de manière efficace et crédible les missions en lien avec la communication globale de l'entreprise.

Révolution numérique oblige, les entreprises sont contraintes de s'adapter et se transformer de plus en plus vite. La communication de l'entreprise évolue au rythme de ces changements. Il ne s'agit plus seulement de produire des messages planifiés et contrôlés mais d'engager une conversation avec les publics de l'entreprise, en étant garant du capital image et des valeurs de l'entreprise.

### *Pour l'entité utilisatrice*

Cette certification offre aux entités utilisatrices la garantie de disposer de collaborateurs maîtrisant les techniques du pilotage globale de la communication en entreprise :

**donner du sens, incarner la stratégie de l'entreprise** et permettre aux parties prenantes internes et externes de s'engager ;  
**faciliter les relations de coopération et de confiance entre les acteurs internes et externes ;**  
concourir au **développement de l'activité** par la mise en œuvre d'outils et de techniques de communication on et off line.

Les candidats à la certification bénéficieront des techniques pour analyser les enjeux de la communication pour leur entreprise, choisir les bons leviers, porter les

Cette certification, à l'heure du web social, fournit tous les outils pour devenir le partenaire privilégié de la direction générale et des opérationnels d'une entreprise

Cette certification constitue un atout important en termes d'employabilité interne et externe.

projets de communication externe et interne sur le terrain, piloter les agences et mesurer les résultats des actions.

## Evaluation / certification

### Pré-requis

**Les prérequis pour accéder à cette certification sont les suivants :**

**Un dossier de candidature est remis en amont du processus**

Ce dossier a pour but de vérifier la cohérence du projet du candidat avec la certification visée.

Il permet de vérifier la compatibilité du sujet envisagé du mémoire avec les exigences vis-à-vis de la soutenance finale (les sujets de développement personnel n'étant pas acceptés, par exemple).

Il permet de détecter de futures difficultés que l'apprenant pourrait rencontrer dans la rédaction du mémoire.

**cette certification s'adresse :**

Aux titulaires d'un diplôme de l'enseignement général (Bac à Bac + 5), avec une expérience professionnelle d'au moins quatre ans.

Une formation initiale réalisée en alternance (de 2 ans à 4 ans) peut être prise en compte pour le décompte de ces années d'expérience.

### Compétences évaluées

Les compétences évaluées sont :

#### **1- Définir une stratégie de communication et bâtir son plan de communication**

Réaliser un audit de communication on et off line pour mieux comprendre son environnement et ajuster sa communication

Elaborer une cartographie des parties prenantes ou publics-cibles de la communication

Définir une stratégie de communication (axes, objectifs, cibles, messages et outils)

Rédiger le plan de communication global et ses déclinaisons opérationnelles

#### **2 - Piloter l'activité communication**

Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions (calendrier, moyens financiers, humains)

Définir les critères de choix (à partir du brief rédigé) pour sélectionner les agences et des prestataires

Définir les règles de collaboration pour contrôler la réalisation des prestations

#### **3- Développer le capital image de l'entreprise à l'heure du web social**

Déployer l'image de marque de l'entreprise (logo et signature, charte graphique et signalétique)

Structurer une politique de relations publiques sur le web (identifier les influenceurs et les communautés, développer la présence sur les réseaux sociaux, susciter l'engagement).

Créer et animer un réseau de relais de communication

#### **4- Gérer la réputation et la notoriété**

Gérer les relations avec les médias et utiliser les outils de relations presse

Etablir une cartographie des crises

Préparer et mettre en œuvre les outils de communication de crise, (cellule de crise, « position paper », questions-réponses, point-presse, media-training)

### Centre(s) de passage/certification

- Les certifications se déroulent dans des lieux dédiés en France et à l'international.
- Exemple de notre Centre de certification Parisien : <https://www.cegos.fr/avantages/Pages/de-formation.aspx>

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

Néant

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** oui

Étendue de la certification partielle :

La certification peut être obtenue dans sa totalité ou par composante indépendante :

**Certification partielle 1 :** Développer la présence sur les réseaux sociaux

**Certification partielle 2 :** Définir une stratégie et bâtir son plan de communication

**Certification partielle 3 :** Piloter l'activité communication

Durée de validité des composantes acquises :

Permanente

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

Permanente

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat Professionnel FFP

## Plus d'informations

### *Statistiques*

44 certificats ont été attribués depuis janvier 2015

### *Autres sources d'information*

Certification : <https://www.cegos.fr/formation-certification-responsable-communication-avec-tutor/p-20187382-2018.htm>

Blog : <https://www.efficaciteprofessionnelle.fr/author/pmartin/>