

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28684**

### Intitulé

Chargé(e) de communication 360°

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
IPL (ISEFAC Paris Lille)	Directeur

### Niveau et/ou domaine d'activité

**II (Nomenclature de 1969)**

**6 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

La communication 360°, ou communication à 360 degrés, désigne le principe d'une communication qui mobilise plusieurs outils de communication (média [Télévision, Radio, Affichage, Internet, Cinéma, Presse], hors-médias [événementiel, marketing opérationnel, mobile, relations presse, promotion par l'objet, street marketing, partenariats, sponsoring, le placement produit, le BAO ...] et média tactiques [nouveaux supports publicitaires]). Il s'agit d'une démarche globale de communication nécessitant une connaissance de l'ensemble des outils et une capacité à trouver une complémentarité de ces outils dans le temps et dans l'espace afin d'atteindre les objectifs recherchés par l'annonceur.

Rattaché(e) à la direction de l'agence, la direction de la communication et/ou du développement, le chargé de projet de communication 360° est responsable de la bonne réalisation des projets de communication 360° de l'agence pour le compte de clients. Il a pour rôle d'accompagner les clients dans la mise en place de leur stratégie de communication en supervisant l'exécution des différentes phases du projet.

Responsable de la bonne exécution du projet de communication, le chargé de projet de communication 360° doit être polyvalent, avoir une vision stratégique et créative, savoir privilégier la relation client et être capable de suivre les budgets afférents aux différentes étapes du projet.

Le chargé de communication 360° doit préparer les réunions internes, externes et motiver l'ensemble des acteurs du projet afin de faire respecter les délais et d'atteindre les objectifs définis dans la stratégie de communication. Le chargé de projet de communication 360° doit également maîtriser l'ensemble des outils de communication média et hors média ainsi que tous les points de contact avec le consommateur. Il doit être capable de porter plusieurs projets à la fois et de passer d'un thème à un autre en gérant les priorités de manière qualitatives.

Le titulaire est capable de :

Activité n°1 : Participer à la définition du projet communication 360°

- Participer à l'analyse de la situation du client et à l'étude de marché
- Etudier les données internes afin de valoriser la compétitivité de l'entreprise en mettant en avant les forces et les faiblesses tant d'un point de vue structurel, humain que financier.
- Identifier l'environnement économique, politique, social et technologique mettant en avant sa concurrence directe (et indirecte), sa cible et son environnement géographique.
- Diagnostiquer la communication antérieure et existence de l'organisation ou entreprise cliente.
- Définir le problème de communication à résoudre.
- Déterminer les éléments du plan de communication
- Elaborer le plan d'actions de communication 360° en identifiant les outils à mettre en place afin de répondre au plan de communication précédemment réalisé.
- Déterminer les combinaisons optimales entre les outils de communication préalablement définis.
- Evaluer les coûts et la rentabilité du plan de communication
- Etablir un planning prévisionnel complet des actions de communication
- Collecter et compiler l'ensemble des décisions stratégiques prises avec la direction en rédigeant la recommandation écrite.
- Réaliser le support de présentation de la stratégie de communication 360° à présenter devant l'entreprise ou organisation cliente
- Formaliser la relation avec l'entreprise ou organisation cliente par un contrat.

Activité n°2 : Piloter la réalisation du projet de communication 360°

- Réaliser le cahier des charges à l'intention des créatifs.
- Mettre en place le cahier des charges à l'intention de l'équipe digitale.
- Mettre en place le cahier des charges à l'intention du service médias en récapitulant les médias choisis et les supports à mettre en oeuvre
- Etablir le cahier des charges à l'intention de l'équipe hors-médias et événementielle
- Etablir le plan d'action des chargés des relations presse
- Constituer les équipes de travail en fonction des différents pôles d'activités définis par le projet mis en place.
- Sélectionner les prestataires externes devant se greffer à la réalisation du projet de communication 360°.
- Etablir les différents plannings définitifs de déploiement du projet de communication 360° : retro planning, planning et médiaplanning.
- Affecter le budget prévisionnel par pôle d'activité
- Piloter les différentes équipes de travail.

- Organiser des réunions de travail
- Contrôler les différentes étapes des créations de l'ensemble des équipes internes et externes au projet de communication afin de vérifier leur adéquation avec la stratégie validée par le client.
- Valider l'ensemble des livrables des différentes équipes (internes et externes) afin de s'assurer de leur conformité avec les spécificités du cahier des charges.
- Garantir la cohérence des messages transmis au travers des actions de communication mises en place par les différentes équipes.
- Réaliser le community management
- S'assurer de la tenue du planning de mise en place des actions de communication.
- Faire respecter le budget global des dépenses pour l'ensemble de la réalisation de la stratégie de communication 360°.
- Participer aux réunions avec la direction de la communication.
- Etre l'interface avec l'organisation ou entreprise cliente.
  - Activité n°3 : Mesurer l'efficacité du projet de communication 360°
- Identifier des outils de mesure à mettre en place pendant et après la réalisation du projet de communication 360°
- Mesurer les résultats obtenus pendant et après la réalisation des actions de communication afin de relever aux différentes étapes du projet de communication 360° les résultats obtenus.
- Réaliser un bilan de campagne récapitulant l'ensemble des informations utiles à l'évaluation de l'impact de la stratégie de communication 360°.
- Présenter les reportings réalisés à la direction de la communication.
- Participer, avec la direction de la communication, à la présentation des résultats à l'organisation, entreprise ou client afin de la soutenir dans ses réponses aux différentes questions.

### **Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

Le chargé de projet de communication 360° intervient dans l'ensemble des domaines liés à la communication (média, digital, hors media, événementiel...) et de la communication marketing intégrée (démarche consistant à comprendre le consommateur et connaître les modes de consommation...).

Le chargé de projet de communication 360° travaille au sein d'agences de communication globale et/ou 360° (7 à 20 salariés en moyenne) ou d'entités plus grandes (plus de 100 salariés) telles que des agences médias ou publicitaires.

Il peut également exercer directement chez l'annonceur en tant que chargé de projet communication au sein d'une grande entreprise uniquement ou encore posséder sa propre agence de communication 360°.

- Chargé (e) de communication 360°
- Chargé (e) de projet de communication globale
- Responsable de communication globale
- Chef de projet communication
- Chargé(e) de projet média / hors-média
- Chargé(e) de communication RP / e-RP
- Chargé(e) de communication digitale et réseaux sociaux

### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

**E1103** : Communication

**E1401** : Développement et promotion publicitaire

### **Modalités d'accès à cette certification**

#### **Descriptif des composantes de la certification :**

La certification ne pourra être partiellement obtenue que sur validation des deux blocs suivants :

**1** : Participer à la définition du projet communication 360°

Fonction 1 : Identifier les besoins et les priorités de communication de l'organisation ou entreprise cliente, en collaboration avec la direction de la communication

Fonction 2 : Mettre en place les axes de communication et choisir les supports de communication et leur(s) combinaison(s), en collaboration avec la direction de la communication

Fonction 3 : Rédiger le projet de communication 360° et les documents formalisant la relation avec l'organisation ou entreprise cliente

**2** : Piloter la réalisation du projet de communication 360°

Fonction 4 : Réaliser les cahiers des charges destinés aux différentes équipes de travail en fonction des compétences de chacun : digital, média, événementiel...

Fonction 5 : Organiser le déploiement des actions de communication définies dans le projet de communication 360°

Fonction 6 : Superviser et contrôler les actions menées par les équipes internes et externes au projet de communication 360°

Fonction 7 : Faire respecter le budget et être le relais entre les différents décisionnaires

#### **Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 28684 - Mesurer l'efficacité du projet de communication 360°</p>	<p><b>Fonction 8</b> : Déterminer et suivre les indicateurs de mesure de l'efficacité du projet de communication 360° mis en place  Modalités d'évaluation :  1 étude de cas théorique, individuelle et écrite  1 étude de cas pratique, individuelle, écrite avec exposé oral  Exercices pratiques sur des thématiques et problématiques métier, travail individuel et écrit</p> <p><b>Fonction 9</b> : Effectuer un reporting des retombées du projet de communication 360° mis en place  Modalités d'évaluation :  1 étude de cas théorique, individuelle et écrite  1 étude de cas pratique, individuelle, écrite avec exposé oral  Exercices pratiques, travail individuel et/ou de groupe et écrit</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 28684 - Piloter la réalisation du projet de communication 360°</p>	<p><b>Fonction 4</b> : Réaliser les cahiers des charges destinés aux différentes équipes de travail en fonction des compétences de chacun : digital, média, événementiel...  Modalités d'évaluation :  2 études de cas théoriques et pratiques, individuelles et écrites  Exercices théoriques et pratiques, travail individuel et/ou de groupe et écrit</p> <p><b>Fonction 5</b> : Organiser le déploiement des actions de communication définies dans le projet de communication 360°  Modalités d'évaluation :  1 étude de cas théorique, individuelle et écrite  2 mises en situation professionnelles, jeu de rôle  Exercices pratiques, travail individuel et/ou de groupe et écrit</p> <p><b>Fonction 6</b> : Superviser et contrôler les actions menées par les équipes internes et externes au projet de communication 360°  Modalités d'évaluation :  1 évaluation tutorée en entreprise (en stage ou contrat de professionnalisation)  1 rapport professionnel (lié au stage ou au contrat de professionnalisation)  1 soutenance orale (du projet professionnel)  Exercices pratiques, travail individuel et/ou de groupe et écrit</p> <p><b>Fonction 7</b> : Faire respecter le budget et être le relais entre les différents décisionnaires  Modalités d'évaluation :  1 étude de cas théorique, individuelle et écrite  Exercices pratiques, travail individuel et écrit</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 28684 - Participer à la définition du projet de communication 360°	<p><b>Fonction 1 :</b> Identifier les besoins et les priorités de communication de l'organisation ou entreprise cliente, en collaboration avec la direction de la communication</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>1 étude de cas théorique, individuelle et écrite</p> <p>1 mise en situation professionnelle, travail en groupe et présentation orale</p> <p>Exercices théoriques sur des thématiques et problématiques métier, travail individuel et écrit</p> <p><b>Fonction 2 :</b> Mettre en place les axes de communication et choisir les supports de communication et leur(s) combinaison(s), en collaboration avec la direction de la communication</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>1 projet individuel tutoré en cours et présentation orale</p> <p>1 projet de groupe tutoré en cours et présentation orale</p> <p>Exercices pratiques, travail individuel et/ou de groupe et écrit</p> <p><b>Fonction 3 :</b> Rédiger le projet de communication 360° et les documents formalisant la relation avec l'organisation ou entreprise cliente</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>2 études de cas théoriques, individuelles et écrites</p> <p>1 mise en situation professionnelle, travail en groupe et présentation orale</p>

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le responsable de filière et 4 professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Le responsable de filière et 4 professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Le responsable de filière et 4 professionnels
Par candidature individuelle	X	Le responsable de filière et 4 professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2014	X	Le responsable de filière et 4 professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

**LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS**

**ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX**

#### Base légale

**Référence du décret général :**

**Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé(e) de communication 360° " avec effet au 01 juin 2011, jusqu'au 19 juillet 2020.

**Référence du décret et/ou arrêté VAE :**

**Références autres :**

**Pour plus d'informations**

**Statistiques :**

Chaque année on recense de 15 et 20 titulaires. Les titulaires étant principalement issus d'une expérience en alternance, leur placement en entreprise est souvent facilité par leur embauche en fin de contrat par leurs employeurs. Le principe perdure depuis plus de 5 ans, les

entreprises considérant le contrat de professionnalisation comme une longue période d'essai avant embauche définitive, même si dans de nombreux cas l'embauche se fait de nouveau en CDD et rarement en CDI.

<http://www.isefac.org>

**Autres sources d'information :**

[paris@isefac.org](mailto:paris@isefac.org)

[info@isefac.org](mailto:info@isefac.org)

**Lieu(x) de certification :**

IPL (ISEFAC Paris Lille) : Île-de-France - Paris ( 75) []

20 rue chabrol

75010 Paris

**Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

6-8 bd Denis Papin - 59000 Lille

**Historique de la certification :**