Certificat de Compétences en Entreprise: piloter les actions de communication numérique dans l'entreprise

CCI Formation Pro

Marketing Digital Communication d'entreprise - 2025

La formation en résumé

La Certification des Compétences en Entreprise (CCE) est un dispositif qui permet aux individus de se voir certifier des compétences transverses ou support aux organisations, mises en œuvre dans un cadre professionnel ou extra professionnel. Le CCE est une reconnaissance formelle, inventoriée au Répertoire Spécifique de France Compétences et est de fait éligible au CPF. Il atteste de la maîtrise de compétences transverses acquises en situation professionnelle et/ou à l'issue d'un parcours de formation.

La certification peut prendre la forme d'un portefeuille de preuves (avec accompagnement individuel préalable de 7 heures minimum) ou d'une étude de cas de 2 heures (faisant suite à un parcours de formation conseillé). Dans ces deux cas, un jury de validation se réunit.

La certification vous permets de mobiliser votre CPF pour financer toute ou partie des formations du parcours ou de l'accompagnement préalable, ainsi que l'examen de certification. Sa reconnaissance est nationale et pour une durée illimitée.

Répertoire Spécifique de France Compétences : RS5374

500 €

(non assujetti à la TVA)

0,5 jours

CODE CPF : 237210

Validation par étude de cas (2h)

Certificat de compétences en entreprise

Eligible au CPF

Objectifs :

- Identifier et planifier un projet de communication digitale
- Produire et mettre en oeuvre du contenu adapté à sa communication digitale
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale

Participants :

- Toute personne souhaitant faire certifier ses compétences de manager digital dans la communication digitale
- Le CCE est accessible à toute personne exerçant ou ayant exercé au cours des cinq dernières années une mission effective en lien avec les compétences du référentiel concerné

Prérequis :

Avoir suivi la formation ou cycle associé.

Le CCE est accessible à toute personne exerçant ou ayant exercé au cours des cinq dernières années une mission effective en lien avec les compétences du référentiel concerné

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/04
- 10/07
- 18/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

1. Conception des actions de communication numérique de l’entreprise à mettre en œuvre

- 1.1 Analyser le positionnement en ligne et les outils et supports de communication numérique de l’entreprise, en les resituant dans le contexte de sa stratégie de communication globale et en évaluant les attentes et spécificités de sa communauté de clients/utilisateurs, afin d’identifier les actions permettant l’amélioration de la présence, de la visibilité et de la notoriété digitales de l’entreprise.
- 1.2 Déterminer les actions et leur calendrier de mise en œuvre pour déployer ou faire évoluer les canaux, supports et outils de communication numériques de l’entreprise, en tenant compte des caractéristiques des cibles clients/utilisateurs visées et en veillant à leur cohérence et leur complémentarité avec la stratégie globale de l’entreprise.
- 1.3 Évaluer les moyens humains et financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions de communication numérique de l’entreprise, en identifiant notamment les compétences externes et prestataires à mobiliser et en produisant l’estimation des coûts générés, afin d’établir un budget prévisionnel réaliste et de le faire valider par sa hiérarchie.
- 1.4 Établir le cahier des charges des actions de communication numérique à mettre en œuvre, en stipulant les objectifs poursuivis, le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales, afin de cadrer le projet et de guider la contribution des différents professionnels internes ou externes impliqués.

2. Création et gestion des contenus et supports de communication numérique de l’entreprise

- 2.1 Élaborer des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique de l’entreprise, en développant une ligne éditoriale et une identité visuelle en adéquation avec son image, son positionnement et ses valeurs et tenant compte des attentes et spécificités de sa cible clients/utilisateurs.
- 2.2 Gérer l’évolution et la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l’entreprise, en actualisant leurs contenus et les informations diffusées et en appliquant les techniques de référencement naturel, afin de favoriser leur visibilité et leur attractivité
- 2.3 Piloter les modalités d’animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique de l’entreprise, en définissant les règles de conduite et d’utilisation favorisant la convivialité et le respect mutuel et en suscitant les échanges et partages d’expérience, afin de contribuer à l’entretien de son e-réputation et de construire une communauté fédérée autour de valeurs et d’intérêts communs

3. Évaluation de l’efficience de la communication numérique de l’entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

- 3.1 Construire des tableaux de bord et indicateurs de suivi, en identifiant les critères pertinents et objectifs sur les plans qualitatifs et quantitatifs compte tenu des objectifs poursuivis et de la nature des actions engagées, afin de permettre l’évaluation continue de l’efficacité de ses outils et supports de communication digitale et de leurs retombées – notamment commerciales – pour l’entreprise
- 3.2 Analyser l’efficacité des outils et actions de communication digitale de l’entreprise, au niveau de leur fréquentation, de l’image perçue de l’entreprise et de leurs retombées économiques, en croisant l’interprétation des indicateurs de suivi et celle des données concernant leur audience, afin d’identifier les marges de progression et voies d’amélioration possibles.
- 3.3 Définir les mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées, en repérant les causes et origines des points de non-efficience, afin d’optimiser le rendement des outils et supports numériques de l’entreprise.

CCI FORMATION PRO vous recommande l’une des formations préalables suivantes :

Cycle webmarketing débutant

Cycle webmarketing avancé

cycle community management

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Epreuve écrite (cas pratiques) basée sur le référentiel de la compétence visée ou constitution d'un portefeuille de preuves (nous consulter pour les modalités d'évaluation)

Obtention du certificat si 80% des critères du référentiel sont validés

Instance de certification : CCI France