

Titre certifié RNCP

# Chargé de communication multicanale

**NIVEAU 6 (BAC+3/4 ET ÉQUIVALENTS) EN 20 MOIS****OBJECTIFS DE LA FORMATION**

- Gérer la communication, l'image et la réputation d'une marque ou d'une organisation sur divers canaux de manière cohérente et efficace
- Intervenir aussi bien en communication digitale qu'en communication institutionnelle

**PRÉ-REQUIS**

Niveau 5 (BAC+2 et équivalents)

**PUBLIC VISÉ**

Tout public

**ALTERNANCE**

Contrat d'apprentissage  
Contrat de professionnalisation  
Financable et rémunérée  
(selon critères d'éligibilité)

**AUTRES POSSIBILITÉS**

Projet de Transition Professionnelle (PTP)  
Compte Personnel de Formation (CPF)  
Promotion par Alternance (Pro-A)  
Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)

**Rythme d'alternance :**

différent selon le centre choisi

Nous contacter pour plus d'informations

**MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**

100% e-learning

**MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES**

Plateforme e-learning

**MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Evaluations ponctuelles en cours de formation

Evaluation finale (jury / examen / dossier professionnel...)

**MODALITÉS D'ACCÈS**

Dossier d'inscription  
Entretien

**DÉLAI D'ACCÈS**

Entrées / sorties permanentes

**ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP**

Contactez-nous

**LES + DE LA FORMATION**

Des équipes pluridisciplinaires disponibles pour un accompagnement personnalisé  
Des ressources et supports accessibles tout au long du parcours de formation

**87,43%**

DE REUSSITE AUX EXAMENS

**89,31%**DE TAUX DE SATISFACTION  
LAHO FORMATIONRetrouvez toutes les informations sur  
**laho-formation.fr**

## PROGRAMME DE LA FORMATION (*détail des blocs de compétences "enseignement professionnel"* uniquement)

### Bloc 1 - Développer une stratégie et un plan de communication multicanale

- 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
- Formuler et formaliser des recommandations visant à structurer ou à ajuster la stratégie de communication de la marque ou de l'organisation
- Formaliser une stratégie de communication, en cohérence avec la stratégie globale de l'organisation
- 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
- Élaborer et/ou actualiser un plan de gestion de crise (acteurs, étapes, outils, modes opératoires)
- Élaborer et budgérer un plan de communication multicanale
- Mettre en place une veille informationnelle
- Analyser et partager les informations issues de la veille

### Bloc 2 - Mettre en œuvre et évaluer des actions de communication

- Concevoir des contenus et/ou supports de communication (écrits et/ou visuels/audiovisuels) imprimés et/ou numériques
- Diffuser, selon les modalités définies, des contenus/supports de communication
- Diffuser (ou préparer la diffusion d') une campagne de publicité en ligne ou hors ligne
- Déetecter les situations pouvant nuire à l'image ou à la réputation de la marque ou de l'organisation
- Gérer les interactions courantes
- Exécuter le plan de gestion de crise
- Organiser et animer des actions
- Mettre en place un partenariat ou une collaboration stratégique (hors média)
- Créer et/ou renforcer les relations presse
- Mesurer et évaluer les résultats des actions de communication par rapport aux objectifs visés, ainsi que les impacts (dont les impacts sociaux, environnementaux et sociaux) des initiatives de communication
- Émettre et partager un rapport avec, le cas échéant, des recommandations à destination des parties prenantes, et rédiger un plan d'actions si nécessaire

### Bloc 3 - Gérer un projet de communication

- Collecter et analyser le(s) besoin(s) en communication
- Organiser et planifier la mise en œuvre d'un projet de communication
- Contrôler la tenue des délais et des budgets au regard des objectifs et exigences définis
- S'assurer de la qualité et de la conformité des livrables intermédiaires et finaux avant de clôturer un projet
- Rendre compte et proposer, le cas échéant, des ajustements en cas de dysfonctionnements
- Animer, fédérer et motiver les équipes projets internes et/ou externes
- Organiser et animer des échanges (ateliers de bonnes pratiques, feedback, lessons learned...)

## MÉTIERS ET DÉBOUCHÉS

Community Manager  
Chargé de communication digitale  
Chargé ou responsable des réseaux / médias sociaux  
Social Media Manager  
Chargé de communication

## POURSUITES D'ÉTUDES POSSIBLES

Titre - Directeur de la communication digitale  
(BAC+5)

## INFORMATIONS LÉGALES

Certificateur(s)



RNCP39767 : Chargé de communication multicanale Date de début de validité : 31/10/2024

OPENCLASSROOMS

## CETTE FORMATION EST PROPOSÉE DANS NOTRE CENTRE DE :

A Distance 0805 384 384

