

## 5 – REFERENTIELS COMMUNITY MANAGER

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

### Prise en compte des situations de handicap

Conjointement avec le Responsable de Formation /VAE et les organismes spécialisés mobilisés, le Référent Handicap de chaque centre de l'Institut peut faciliter la coordination des différents acteurs spécialisés, internes et externes, pour un suivi personnalisé du parcours de formation ainsi que des modalités de certification.

Après présentation d'un justificatif les conditions d'examens pourront être aménagées comme suit :

- Des temps d'évaluation aménagés (1/3 temps ou plus si besoin), ou reportés en conformité avec la demande et les possibilités du candidat,
- Le matériel nécessaire à la réalisation des évaluations pourra éventuellement et selon la situation être adapté,
- Pour les épreuves orales et pour des candidats ne pouvant s'exprimer, il est proposé des modalités d'échange textuelles, avec un jury averti et averti des problématiques liées à toute sorte de handicap. Un accompagnateur /traducteur est par ailleurs autorisé si la situation le nécessite,
- Les convocations à l'ensemble des épreuves sont réalisées en tenant compte de la situation de handicap du candidat.

Les correcteurs des épreuves ne sont pas informés de la situation de handicap, celle-ci n'impactant pas la mesure des compétences.

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>1. ELABORER ET EVALUER LA STRATEGIE MARKETING DIGITAL</b> 1.1. Veille sur les usages de communication et consommation digitales	1.1.1. Mener une veille constante sur les innovations fonctionnelles et technologiques en utilisant un outil de veille et de curation afin de répondre aux usages émergents des plateformes et aux attentes des prospects/clients	<b>Mise en situation professionnelle</b>  Relative aux activités 1 à 3  Réalisée en individuel  A partir d'éléments contextuels portant sur une entreprise fictive, il est demandé au candidat de : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une stratégie marketing digital</li> <li>- Décliner un plan de communication sur les réseaux sociaux</li> </ul>	✓ La stratégie de veille est clairement déterminée, par une méthode type CQQCOQP. ✓ Le candidat utilise des outils de recherche avancée et 'agents intelligents' pour effectuer sa veille. ✓ Les sources d'information sont qualifiées.
1.2. Elaboration d'une stratégie marketing digital	1.2.1. Participer à l'élaboration de la stratégie de marketing digital en déclinant les leviers webmarketing correspondants afin de développer la notoriété de la marque		✓ Une analyse comparative de la concurrence (Benchmark) est rédigée. ✓ Un tableau mettant en évidence les Forces-Faiblesses - Opportunités - Menaces (SWOT) est présenté et sa forme aide à la prise de décision. ✓ Une proposition de stratégie webmarketing est rédigée et fait figurer : les objectifs de la stratégie, les segments de clientèle auxquels l'entreprise va adresser son offre, la sélection et l'ordre de mise en œuvre des leviers (web)marketing y répondant. ✓ Le candidat définit les axes du projet au travers des objectifs de développement durable (ODD – Agenda 2030).

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1.3. Elaboration d'une stratégie de communication sur les médias sociaux	1.3.1. Elaborer un plan de communication en utilisant des techniques de gestion de contenus marketing en vue d'affirmer l'identité et les valeurs de l'entreprise auprès d'un trafic qualifié		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tous les éléments constitutifs du plan de communication sont présents : contexte, cibles, objectifs de communication, type de message et réseau pour chaque cible, plan d'actions et de suivi.</li> <li>✓ Un calendrier éditorial est établi et garanti une cohérence avec la ligne éditoriale fixée.</li> <li>✓ Le candidat utilise des techniques en lien avec le content marketing, inbound marketing et marketing automation.</li> <li>✓ Le candidat cite plusieurs bonnes pratiques d'écologie digitale.</li> <li>✓ Le candidat intègre la démarche RSE dans la conception stratégique.</li> </ul> <p>Les qualités non observables des compétences évaluées sont les suivantes : esprit d'initiative et d'entreprise, méthodologie, sens de l'organisation, curiosité, anticipation.</p>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1.4. Mise en place de campagne publicitaire en ligne	<p>1.4.1. Préparer et mener une campagne de publicité sur les réseaux sociaux (social ads) en s'appuyant sur des techniques de marketing digital dans le but d'engendrer un bon retour sur investissement publicitaire (ROAS – Return On Ad Spent)</p> <p>1.4.2. Créer une campagne de publicité sur les moteurs de recherche (SEA - Search Engine Advertising) avec méthode dans l'optique d'amener vers son site un trafic qualifié d'internautes intentionnistes pour les mener à la conversion</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle</b></p> <p>Relative aux activités 4 et 5</p> <p>Réalisée en individuel</p> <p>A partir d'éléments relatifs à la stratégie webmarketing d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborer une campagne de e-publicité</li> <li>- Etablir les indicateurs de performance inhérents au projet</li> <li>- Effectuer des reportings</li> </ul>	<p><u>Campagne publicitaire</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le format de publicité est sélectionné selon les facteurs suivants : l'objectif de la campagne (notoriété, couverture, trafic, interactions, vues, génération de prospects, conversion, ventes), le ciblage et l'audience, le type de campagne.</li> <li>✓ Le candidat fournit des copies d'écran du ciblage effectué pour la campagne publicitaire.</li> <li>✓ Le candidat s'appuie sur la méthode ABCD (Attract, Brand, Connect, Direct).</li> <li>✓ Le candidat évoque des techniques complémentaires pour booster les ventes type affiliation, influenceurs, mailing....</li> </ul> <p><u>SEA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le candidat définit les mots-clés et prend en considération le budget alloué pour la stratégie SEA.</li> </ul>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1.5. Analyse du ROI (Return On Investment – retour sur investissement) et ajustement de la stratégie	<p>1.5.1. Mesurer la performance à l'aide des indicateurs clés de performance afin de réajuster la stratégie de marketing digital</p> <p>1.5.2. Analyser et interpréter les résultats à l'aide de reportings en vue d'ajuster la stratégie</p>		<p><u>Mesure de la performance</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les KPI (Key Performance Indicators) choisis par le candidat sont cohérents avec l'objectif commercial et figurent parmi les suivants : taux de clics, coût par clic, taux de conversion, volume de clics, coût par conversion, taux d'impressions dont absolues et perdues, position moyenne), visibilité générée, nombre de followers, reach obtenus, taux de rebond.</li> </ul> <p><u>Analyse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ L'analyse des résultats au regard de la mesure d'une évolution avant/après la mise en œuvre d'une action est de nature à être présentée aux dirigeants.</li> <li>✓ Une mesure ROIste est démontrée.</li> <li>✓ Des préconisations sont apportées en cas d'écarts.</li> </ul> <p>Les qualités non observables des compétences évaluées sont les suivantes : capacités analytiques, culture de la performance, rigueur.</p>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>2. PRODUIRE DES CONTENUS ET ANIMER DES COMMUNAUTES</b> 2.1. Production de contenus rédactionnels	2.1.1 Rédiger des posts en utilisant des techniques de marketing et en optimisant le référencement naturel pour les moteurs de recherche (SEO – Search Engine Optimization) dans l'optique d'optimiser son trafic et améliorer ses taux de conversion  2.1.2. Construire un storytelling basé sur les valeurs de l'entreprise et l'imaginaire de l'utilisateur afin de sensibiliser puis fidéliser ce dernier	<b>Mise en situation professionnelle</b>  Relative aux activités 1 et 2  Réalisée en individuel  A partir de la stratégie marketing digital d'une entreprise et d'une actualité donnée, il est demandé au candidat de produire un contenu rédactionnel et graphique.	<u>Rédaction de posts</u> ✓ La rédaction de contenus est influente sur le référencement naturel. ✓ Le candidat utilise les mots clés génériques et la longue traîne. ✓ Le candidat cible un mot-clé et rédige un contenu utilisant son champ sémantique.  <u>Storytelling</u> ✓ Le candidat utilise des techniques rédactionnelles/visuelles précises pour mettre en récit les données. ✓ Les bénéfices matériels et psychologiques que l'utilisateur pourra tirer sont mis en évidence.

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
2.2. Production de contenus visuels	2.2.1. Illustrer ses articles avec des visuels accrocheurs en vue d'augmenter la viralité et l'engagement		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le candidat crée des contenus valorisant la réputation de la marque.</li> <li>✓ Le candidat produit des contenus accrocheurs en utilisant des techniques marketing telles que le newjacking.</li> <li>✓ Les images sont de haute qualité.</li> <li>✓ Le candidat ajuste le format de la production dans un souci de considération des impacts écologiques de sa production.</li> <li>✓ Le candidat veille à l'accessibilité des contenus pour les personnes en situation de handicap.</li> </ul> <p>Les qualités non observables des compétences évaluées sont les suivantes : créativité, audace, ouverture à la nouveauté, sens de la relation client.</p>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
2.3. Animation communautaire	<p>2.3.1. Faire vivre et réguler les espaces d'échanges avec les communautés en adoptant le style de communication de la marque en vue de garantir l'e-reputation et dans une logique de brand content</p> <p>2.3.2. Favoriser l'engagement de la communauté en organisant des évènements pour optimiser la génération et la gestion de leads</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle</b></p> <p>Relative à l'activité 3</p> <p>Réalisée en individuel</p> <p>A partir d'une stratégie de communication préétablie et fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser le diagnostic d'une e-réputation</li> <li>- Modérer des échanges</li> <li>- Organiser un évènement</li> <li>- Prévenir les éventuels risques en termes de communication et viralité</li> </ul>	<p><u>e-reputation et modération</u></p> <p>✓ Les critères établis pour diagnostiquer l'e-réputation sont pertinents au regard de la présence de la marque sur internet et les réseaux sociaux.</p> <p>✓ Le candidat développe la communauté dans le respect de la stratégie de communication.</p> <p>✓ Les techniques de copywriting sont adaptées à l'auditoire.</p> <p><u>Engagement</u></p> <p>✓ Un déclencheur émotionnel est utilisé pour créer la connexion avec les lecteurs.</p> <p>✓ Le candidat prévoit de proposer un évènement adapté pour favoriser l'engagement est pertinent.</p> <p>✓ Le candidat prévoit d'introduire un call-to-action.</p> <p>✓ Le candidat démontre son aptitude à analyser et résoudre des problèmes complexes dans un domaine spécifique.</p> <p>✓ Les qualités non observables des compétences évaluées sont les suivantes : créativité, capacité à travailler sous pression, autonomie, adaptabilité.</p>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>3. CREER ET CONFIGURER LES OUTILS DE COMMUNICATION WEB</b></p> <p>3.1. Conception et déploiement des outils de communication de l'entreprise (réseaux sociaux et blogs)</p> <p>3.2. Suivi des fonctionnalités et anticipation des évolutions techniques et fonctionnelles du blog</p>	<p>3.1.1. Garantir la fonctionnalité de comptes sur les réseaux sociaux dans le respect des règles d'accessibilité en vue de développer la stratégie marketing digital de l'entreprise</p> <p>3.1.2. Créer un blog via une plateforme en le personnalisant en fonction des objectifs, codes et valeurs de la société</p> <p>3.2.1. Identifier les dysfonctionnements du blog en réalisant un audit afin d'en garantir ses performances</p> <p>3.2.2. Déterminer les actions correctives à mettre en place selon les dysfonctionnements en vue de préserver l'accessibilité du blog</p> <p>3.3.3. Proposer les évolutions techniques et fonctionnelles du blog en s'appuyant sur une grille d'analyse afin d'améliorer l'expérience utilisateur et renforcer la notoriété de la marque</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle</b></p> <p>Evaluation commune au bloc</p> <p>Réalisée en individuel</p> <p>A partir d'un contexte et d'un cahier des charges d'une entreprise réelle ou fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Configurer un ou plusieurs comptes de réseaux sociaux suivant le sujet du blog</li> <li>- Créer un blog</li> <li>- Concevoir une grille d'analyse</li> <li>- Formuler des préconisations d'évolutions</li> </ul>	<p><u>Configuration de réseau social</u></p> <p>✓ Le candidat utilise les paramètres de configuration d'un compte de réseau social en adéquation avec les objectifs stratégiques.</p> <p>✓ L'affichage et la navigation sont optimisés pour les smartphones.</p> <p><u>Création de blog</u></p> <p>✓ L'ergonomie du blog intègre les habitudes et attentes des utilisateurs.</p> <p>✓ Le blog est optimisé au référencement.</p> <p>✓ Le candidat veille à l'accessibilité des canaux numériques et se base sur le Référentiel Général d'Amélioration à l'Accessibilité (RGAA) pour orienter sa pratique.</p> <p>✓ L'aspect juridique est traité (respect des droits d'auteurs, CGDV / mentions légales / déclaration CNIL).</p> <p><u>Grille d'analyse</u></p> <p>✓ La grille contient l'ensemble des fonctionnalités techniques et fonctionnelles</p>

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 <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La grille d'analyse intègre les dysfonctionnements potentiels et leurs résolutions</li> <li>✓ Evolutions techniques et fonctionnelles proposées par le candidat sont cohérentes avec la stratégie de l'entreprise et visent à améliorer l'expérience utilisateur</li> </ul>

## **EVALUATIONS COMPLEMENTAIRES**

### **Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence**

#### **Voie d'accès à la certification par la formation :**

1. Validation des blocs de compétences par leurs modalités d'évaluations spécifiques
2. Validation des évaluations complémentaires :  
un dossier de valorisation des compétences et une présentation orale prenant appui sur une période d'application pratique en entreprise ou un projet d'entreprise d'au moins 3 mois, évaluée par une grille tuteur.

#### **Voie d'accès à la certification par la VAE :**

Validation de l'ensemble des blocs de compétences par un dossier de valorisation et un entretien devant un jury.

#### **Parcours mixte :**

L'accès à la certification professionnelle est également possible par la mise en œuvre d'un parcours mixte (formation + VAE).