

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Descrit 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>BLOC 1- Mise en place d'une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle.</p> <p>A1.1- Veille des évolutions du secteur et des usages des outils et fonctionnalités existantes. A1.2- Compréhension des attendus et des contraintes d'un client ou d'un projet. A1.3- Etude de positionnement digital et mise en place d'un cahier des charges. A1.4- Elaboration d'une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux.</p>	<p>C1.1- Mettre en place une veille sectorielle automatisée en s'appuyant sur les outils appropriés existants afin de collecter les informations nécessaires à l'exercice des différentes activités du métier (évolutions technologiques, bonnes pratiques, accessibilité numérique, réglementations internet...).</p> <p>C1.2- Conduire un brief client en s'appuyant sur une méthodologie d'entretien permettant de clarifier les attentes et le budget afin de disposer des informations nécessaires à la compréhension des besoins.</p> <p>C1.3- Réaliser un audit de positionnement digital d'un client en analysant ses présences sur internet et son environnement concurrentiel, afin d'établir une matrice de positionnement.</p> <p>C1.4 - Synthétiser et analyser les informations récoltées en s'appuyant sur le brief client et la matrice de positionnement afin d'établir un cahier des charges.</p> <p>C1.5 - Identifier les principaux médias sociaux et leviers de vente ainsi que leurs pratiques actuelles en s'appuyant sur la connaissance de leurs fonctionnalités et usages, afin de les intégrer avec pertinence à une stratégie de communication.</p> <p>C1.6 - Définir une stratégie de communication et un budget qui s'inscrivent dans le cadre global d'une campagne en marketing digital en s'appuyant sur le cahier des charges et les possibilités offertes par les réseaux sociaux, afin d'optimiser les présences et la visibilité du client sur internet ou gérer une situation de crise.</p>	<p>Pour la validation du bloc 1</p> <p>Etude de cas en individuelle portant sur la conception d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné.</p> <p>L'étude de cas est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement et fait l'objet d'une soutenance orale en Visio.</p> <p>Le dossier du candidat est évalué sur 13 critères. Les niveaux de notation sont les suivants : Non maîtrisé - 0 point Partiellement maîtrisé – 0.5 point Maîtrisé - 1 point</p> <p>Pour valider le bloc, le candidat doit avoir obtenu 8 points sur 13.</p> <p>Dans le cadre de la VAE :</p> <p>Etude des stratégies de communication digitales mises en place par le candidat dans le cadre de ses missions professionnelles.</p>	<p>1. Le candidat présente une synthèse de veille sectorielle cohérente avec la réalité du secteur.</p> <p>2. Le candidat a utilisé des outils automatisés de veille sectoriel appropriés parmi les outils existants.</p> <p>3. Le candidat a créé un guide d'entretien de brief client qui permet de déceler les besoins et le budget grâce à des questions ciblées pertinentes et en cohérence avec la finalité du brief client.</p> <p>4. Le candidat est capable de réaliser un audit de positionnement digital en sélectionnant des critères pertinents et cohérents avec le marché ciblé.</p> <p>5. Le candidat a rédigé un cahier des charges cohérent avec les besoins d'un client et une matrice de positionnement.</p> <p>6. Le candidat présente une synthèse pertinente de l'utilisation et de la finalité des principaux</p>

	<p>C1.7 – Elaborer le contenu d’un branding digital en s’appuyant sur la stratégie de communication, afin de construire une image numérique globale du client qui fasse vivre sa « marque » de manière cohérente et différenciante dans l’esprit de la cible visée.</p> <p>C1.8 - Rédiger une charte éditoriale et graphique propre à chaque réseau social en s’appuyant sur le branding digital et les pratiques actuelles des réseaux, afin de communiquer de manière cohérente sur toutes les présences en ligne.</p> <p>C1.9 - Elaborer un rétroplanning en s’appuyant sur la stratégie de communication, afin d’affecter une durée à chaque tâche et d’en mesurer la pertinence.</p>	<p>Composition du jury : 3 professionnels externes à l’entité certificatrice et œuvrant en tant que Community Manager et le responsable pédagogique de la certification.</p>	<p>médias sociaux et leviers de vente existants.</p> <p>7. Le candidat est capable de proposer une stratégie de communication digitale cohérente avec le cahier des charges.</p> <p>8. Le candidat propose au moins la création de 2 comptes pertinents sur les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication digitale.</p> <p>9. Le candidat a produit le contenu d’un branding digital cohérent avec la stratégie de communication.</p> <p>10. Le candidat a réussi à produire un contenu de digital branding différenciant.</p> <p>11. Le candidat élabore une proposition de charte éditoriale cohérente avec le message transmis par le branding digital.</p> <p>12. Le candidat présente une proposition de charte graphique cohérente avec chacun des réseaux sociaux intégrés dans sa stratégie de communication digitale.</p> <p>13. Le candidat propose un rétroplanning cohérent avec la stratégie digitale en s’aidant d’un outil</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			numérique de gestion de planning.
--	--	--	-----------------------------------

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Descrit 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>Définir les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>BLOC 2- Rédaction de contenus, animation des communautés et mesures de performances afin de déployer une stratégie de communication digitale.</p> <p>A2.1- Création et/ou optimisation d'un compte afférent aux médias sociaux. A2.2- Rédaction, optimisation et gestion des contenus publiés sur les médias sociaux. A2.3- Animation et modération d'une communauté sur les réseaux sociaux. A2.4- Gestion de la veille stratégique et des indicateurs de performance des réseaux sociaux.</p>	<p>C2.1- Créer et configurer un compte ou une page en adéquation avec une charte graphique et les attendus des internautes, afin de créer des expériences utilisateurs fluides et cohérentes avec l'identité visuelle du client.</p> <p>C2.2- Appliquer une charte éditoriale aux réseaux sociaux en s'appuyant sur son message et ses préconisations, afin de maintenir une cohérence entre les différentes présences sur le Web et optimiser la notoriété du client et le taux d'engagement de ses communautés.</p> <p>C2.3- Concevoir des contenus textes attrayants en s'appuyant sur les bonnes pratiques et les enjeux éthiques, les réglementations et les méthodes de référencement naturel, afin d'optimiser la visibilité des publications, son temps de travail et sécuriser la forme des publications.</p> <p>C2.4- Elaborer des contenus vidéos, en s'appuyant sur les outils actuels, afin de créer des animations engageantes tout en optimisant son temps de travail et en respectant un cadre légal.</p> <p>C.2.5 - Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique en s'appuyant sur les fonctionnalités existantes et les réglementations en vigueur afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap.</p>	<p>Pour la validation du bloc 2</p> <p>Etude de cas en individuelle portant sur la mise en place et la création d'un contenu texte et vidéo sur au moins deux comptes sur les réseaux sociaux avec le choix des indicateurs de performance à partir d'un sujet donné. L'étude de cas est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement et fait l'objet d'une soutenance orale en Visio.</p> <p>Le dossier du candidat est évalué sur 14 critères. Les niveaux de notation sont les suivants : Non maîtrisé - 0 point Partiellement maîtrisé – 0.5 point Maîtrisé - 1 point Pour valider le bloc, le candidat doit avoir obtenu 9 points sur 14.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le candidat est capable de créer et configurer correctement au moins deux comptes sur les réseaux sociaux en s'aidant des recommandations d'installation de ces derniers. 2. Le candidat est capable d'appliquer une charte graphique dans la création des comptes des réseaux sociaux mis en place. 3. Le candidat a su mettre en application les préconisations d'une charte éditoriale dans la création de ses contenus et publications sur les réseaux sociaux présentés. 4. Le candidat a su optimiser la création des comptes d'un point de vue expérience utilisateur en tenant compte des pratiques usuelles.

	<p>C2.6- Animer les présences en ligne en mettant en place des stratégies participatives, afin de renforcer le sentiment d'appartenance aux différentes communautés, et attirer de nouveaux membres.</p> <p>C2.7- Modérer les échanges en s'appuyant sur la charte éditoriale afin de gérer les situations de crise.</p> <p>C2.8- Mettre en place une stratégie de social media monitoring à l'aide d'outils stratégiques, afin de recueillir des données sur les présences en ligne ciblées.</p> <p>C2.9- Sélectionner des indicateurs de performance (KPI) des présences en ligne, afin d'évaluer l'atteinte des objectifs définis dans la stratégie de communication et mettre en place des actions correctives.</p> <p>C2.10- Faire évoluer une stratégie de communication en s'appuyant sur l'analyse du reporting des résultats des KPI et des données de la stratégie de sociale média monitoring, afin d'être en phase avec les évolutions de son marché et les attentes de sa cible.</p>	<p>Dans le cadre de la VAE :</p> <p>Etude des campagnes mises en place par le candidat sur les réseaux sociaux dans le cadre de ses missions professionnelles (comptes et contenus texte, image et vidéo)</p> <p>Composition du jury : 3 professionnels externes à l'entité certificatrice et œuvrant en tant que Community Manager et le responsable pédagogique de la certification.</p>	<p>5. Le candidat est capable de choisir et d'intégrer des outils de programmation dans sa charte éditoriale.</p> <p>6. Le candidat a su adapter ses contenus aux pratiques habituelles des réseaux sociaux demandés.</p> <p>7. Le candidat est capable de créer du contenu texte optimisé pour le référencement naturel (SEO) en utilisant les pratiques usuelles.</p> <p>8. Le candidat est capable de créer du contenu texte qui respecte les réglementations en matière de création de contenu sur internet.</p> <p>9. Le candidat est capable de créer un contenu vidéo engageant à l'aide d'un outil adapté.</p> <p>10. Le candidat a su créer au moins un contenu texte optimisé pour l'accessibilité numérique en s'appuyant sur les réglementations et les fonctionnalités existantes.</p> <p>11. Le candidat propose au moins une stratégie d'animation participative pertinente.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>12. Le candidat a mis en place un outil de social monitoring.</p> <p>13. Le candidat est capable d'implémenter des indicateurs de performance.</p> <p>14. Le candidat sait analyser et présenter les résultats des indicateurs de performance.</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'EVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>BLOC 3 – Intégration de leviers de vente sur les médias sociaux afin de monétiser une stratégie de communication.</p> <p>A3.1- Mise en place d'outils de Growth Marketing A3.2- Mise en place d'outils de Growth hacking</p>	<p>C3.1- Créer un blog « inbound » en s'appuyant sur une stratégie de contenus ciblés, afin d'attirer plus de visiteurs et d'augmenter le potentiel de conversion client.</p> <p>C3.2- Mettre en place une politique de lead nurturing couplée à une campagne d'automation, en offrant des contenus personnalisés qui prennent en compte l'accessibilité numérique, afin de consolider la relation entre les clients et la marque et répondre de manière automatisée aux nouveaux comportements de consommation.</p> <p>C3.3- Optimiser le référencement naturel en s'appuyant sur les techniques de SEO, afin d'améliorer le positionnement des pages sur les moteurs de recherche.</p> <p>C3.4- Réaliser un audit de potentiel d'influence, en effectuant une recherche sur les influenceurs du secteur, afin de créer des partenariats qui vont accroître la notoriété du client et son chiffre d'affaires.</p>	<p>Pour la validation du bloc 3</p> <p>Etude de cas en individuelle portant sur l'élaboration d'une proposition d'intégration de leviers de vente sur les médias sociaux dans le cadre d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné.</p> <p>L'étude de cas est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement et fait l'objet d'une soutenance orale en Visio.</p> <p>Le dossier du candidat est évalué sur 7 critères</p>	<p>1. Le candidat propose une thématique de blog avec des rubriques qui s'inscrivent dans une stratégie d'Inbound Marketing.</p> <p>2. Le candidat propose une stratégie de Lead Nurturing cohérente avec la cible donnée.</p> <p>3. Le candidat met en place un contenu de Lead Nurturing qui tient compte de l'accessibilité numérique.</p> <p>4. Le candidat est capable de sélectionner des outils pertinents de campagne d'automation.</p>

	<p>C3.5- Booster les ventes en respectant les bonnes pratiques et les réglementations (CGV, traitement des données personnelles droit de rétractation...), en actionnant des leviers accessibles par le biais des médias sociaux (social selling, social buying, Google Ads...), afin d'augmenter rapidement la visibilité et le chiffre d'affaires.</p>	<p>Les niveaux de notation sont les suivants :</p> <p>Non maîtrisé - 0 point Partiellement maîtrisé – 0.5 point Maîtrisé - 1 point</p> <p>Pour valider le bloc, le candidat doit avoir obtenu 4.5 points sur 7.</p> <p>Dans le cadre de la VAE :</p> <p>Etude des stratégies de leviers de vente mis en place par le candidat dans le cadre de ses missions professionnelles.</p> <p>Composition du jury :</p> <p>3 professionnels externes à l'entité certificatrice et œuvrant en tant que Community Manager et le responsable pédagogique de la certification.</p>	<p>5. Le candidat a proposé la mise en place d'au moins deux leviers de vente accessible sur les médias sociaux et cohérent avec la stratégie de communication digitale donnée.</p> <p>6. Le candidat a su sélectionner des influenceurs pertinents pour le marché de son client.</p> <p>7. Le candidat a su choisir les bons mots clés pour une campagne google Ads, en s'appuyant sur une stratégie de référencement payant, afin d'optimiser la visibilité d'un client sur internet.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Descrit 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>BLOC 4 – Création et optimisation de textes et images à l'aide de l'intelligence artificielle afin de gagner en efficacité grâce à la maîtrise des prompts.</p> <p>A4.1- Création et optimisation de contenus texte pour les médias sociaux à l'aide de l'intelligence artificielle.</p> <p>A4.2- Création de contenus image (statique et animé) pour les médias sociaux à l'aide de l'intelligence artificielle.</p>	<p>C4.1- Concevoir des contenus textes ciblés en s'appuyant sur l'élaboration de prompts spécifiques au fonctionnement de l'intelligence artificielle, afin de générer des réponses qui répondent à la demande.</p> <p>C4.2- Optimiser un texte généré par l'intelligence artificielle en s'aidant d'outils de vérification et de ses compétences d'écriture, afin de rédiger des contenus percutants qui respectent les réglementations et les bonnes pratiques du Web.</p> <p>C4.3- Créer des visuels ciblés en s'appuyant sur l'utilisation des prompts pour l'intelligence artificielle, les bonnes pratiques et les réglementations, afin d'accompagner et d'optimiser la présentation des contenus texte.</p> <p>C4.4- Elaborer des contenus dynamiques en s'appuyant sur l'utilisation de l'intelligence artificielle afin de créer des animations engageantes.</p> <p>C4.5- Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique à l'aide des possibilités offertes par l'intelligence artificielle afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap.</p>	<p>Pour la validation du bloc 4</p> <p>Exercice individuel portant sur la création d'un texte ainsi que d'un visuel et d'une courte animation (venant compléter le texte), en s'appuyant sur l'intelligence artificielle à partir d'un sujet donné.</p> <p>L'exercice est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement.</p> <p>Le dossier du candidat est évalué sur 6 critères Les niveaux de notation sont les suivants : Non maîtrisé - 0 point Partiellement maîtrisé – 0.5 point Maîtrisé - 1 point</p> <p>Pour valider le bloc, le candidat doit avoir obtenu 3.5 points sur 6.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le candidat a su rédiger un prompt qui permette à l'IA* de proposer des éléments de réponse qui correspondent à la demande. 2. Le candidat est capable de s'approprier le texte conçu par l'IA en le vérifiant et en le personnalisant. 3. Le texte conçu conjointement par l'IA et le candidat Community Manager est suffisamment percutant pour créer l'adhésion de la communauté ciblée au regard des publications constatées sur le thème donné. 4. Le candidat est capable de créer un visuel pour accompagner le texte créé en utilisant une IA capable de générer des visuels. 5. Le candidat est capable de créer une animation pour accompagner le texte créé en utilisant une IA capable de générer des visuels dynamiques.

		<p>Modalités de rendu</p> <p>Production : document remis sous format numérique uniquement.</p> <p>Matériel à disposition : synthèse écrite d'une demande client</p> <p>Mode de restitution : épreuve écrite</p> <p>Dans le cadre de la VAE :</p> <p>Etude des contenus créés à l'aide de l'intelligence artificielle dans le cadre de ses missions professionnelles.</p> <p>Composition du jury : 3 professionnels externes à l'entité certificatrice et œuvrant en tant que Community Manager et le responsable pédagogique de la certification.</p>	<p>6. Le candidat est capable d'utiliser l'intelligence artificielle pour créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique.</p> <p>*IA (Intelligence Artificielle)</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------