

5 - REFERENTIELS

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. »

5-1 Présentation du référentiel

| 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>Bloc d'activité N° 1 : Élaboration d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux</p> <p>Sur la base d'un brief client ou d'un besoin utilisateur détaillé, le « community manager » élabore une stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Selon la taille de l'organisation, cette activité peut être réalisée seul ou sous la supervision d'un responsable de médias sociaux (« social media manager ») qui intervient en amont de l'activité du community manager.</p> | <p>Liste des compétences liées à ce bloc d'activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnostiquer l'image d'une marque, d'une personne physique ou morale sur les médias sociaux en répertoriant sa présence en ligne afin de déterminer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux ; | Présentation d'un projet réalisé en amont de la session | Entretien technique | Évaluation en cours de formation* (*Sauf pour les candidats en VAE) | |
| | | ☒ | ☒ | ☒ L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de d'une étude de cas. Suite à un cas remis par le | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les besoins utilisateurs sont bien pris en compte ; ✓ Les informations collectées sont pertinentes par rapport au sujet traité ; ✓ Le choix des outils est conforme à l'analyse de données ; ✓ Les outils de veilles sont bien automatisés ; |

| | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|
| <p>Afin de réaliser cette activité, il/elle doit mener une veille sociale et concurrentielle permanente sur l'univers d'activité. Plus précisément, il/elle doit savoir ce qui « se dit » sur le secteur, sur le client et ou sur le produit. Il/elle doit analyser les tendances sur les réseaux sociaux, définir une stratégie sociale et élaborer les indicateurs (KPI) qui permettront le bon suivi des opérations.</p> <p>Il/elle doit d'abord diagnostiquer l'image d'une marque d'une personne physique ou morale sur les médias sociaux en répertoriant sa présence en ligne afin de déterminer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Ensuite, il/elle doit construire un plan de communication en définissant les médias sociaux à intégrer à la stratégie de communication globale afin de répondre aux objectifs de l'entreprise ; Après la mise en place de ce plan de communication global, il/elle peut réaliser un planning éditorial, puis une charte éditoriale en cohérence avec le plan de communication en s'appuyant</p> | | | | <p>formateur, le candidat réalise un diagnostic, un benchmark et présente ses résultats à l'oral.</p> <p>Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <p>✓ Le diagnostic réalisé est clair et bien structuré avec l'utilisation d'un outil de diagnostic ;</p> |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Construire un plan de communication en définissant les médias sociaux à intégrer à la stratégie de communication globale afin de répondre aux objectifs de l'entreprise ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de d'une étude de cas.</p> <p>Suite à un cas remis par le formateur, le candidat réalise un plan de communication.</p> <p>Le résultat de ces évaluations est inscrit dans</p> | <p>✓ Le choix de la stratégie de communication et des moyens sont pertinents au regard des besoins du client ;</p> <p>✓ Les outils pour avoir une présence sociale active sur le web sont variés ;</p> <p>✓ Les messages ou actions pour la modération de contenu sont adaptés ;</p> <p>✓ Les messages sont rédigés correctement en fonction de l'outil utilisé ;</p> <p>✓ Les communautés identifiées sont pertinentes au regard des besoins du client ;</p> |

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|
| <p>sur un choix de contenus variés (texte, photo, vidéo, images...) pour susciter l'intérêt du public ; Afin de toucher une cible plus importante, le « community manager » doit mettre en place une stratégie pour utiliser les leviers du référencement naturel et payant, associée à une liste de mots clés dans le cadre de son planning de publication et de diffusion ; Un autre élément de stratégie consiste à identifier les influenceurs sur son domaine d'activité et à les intégrer dans le plan de communication sur les réseaux sociaux ; Enfin, dans le cadre de cette activité, le « community manager » doit élaborer une stratégie de gestion de crise en utilisant les réseaux sociaux afin de restaurer l'image d'une entreprise ou d'un produit en cas de problème ;</p> <p>Pour ce bloc d'activités, le « community manager » travaille avec un ordinateur connecté à Internet et dispose le cas échéant des logiciels de chaînes graphiques de nécessaires à son travail de création de visuels & de contenus. Il/Elle peut travailler à distance en tant que salarié d'une entreprise, ou</p> | | | | <p>le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Rédiger une charte éditoriale en cohérence avec le plan de communication en s'appuyant sur un choix de contenus variés (texte, photo, vidéo, images...) pour susciter l'intérêt du public ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de d'une étude de cas.</p> <p>Suite à un cas remis par le formateur, le candidat réalise une charte éditoriale.</p> <p>Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les outils pour créer une charte éditoriale sont connus et utilisés ; ✓ La charte éditoriale est en cohérence avec le plan de communication ; ✓ La charte éditoriale est en cohérence avec les besoins du client ; ✓ La charte éditoriale est adaptée à chaque outil de diffusion de chacun des réseaux sociaux ciblés et à chaque typologie de public ciblé (par exemple adaptation de la charte éditoriale selon une communication B 2 C ou communication B 2 B) ; ✓ La rédaction est claire et bien structurée ; |
| | <ul style="list-style-type: none"> Établir une stratégie de référencement naturel & payant, liée à un planning de publication et de diffusion en utilisant notamment des mots clés, afin de toucher une cible plus importante ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours d'un quiz sur les principales règles de bonnes</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le plan de référencement naturel & payant est clair et bien structuré ; ✓ Un audit de référencement est réalisé en amont de la proposition du plan de |

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|
| <p>pour un client. Ses activités diffèrent selon la taille de l'entreprise et la taille du projet. Il/Elle travaille souvent en mode projet et doit savoir s'adapter à différents environnements de travail. Au sein d'une entreprise de petite taille, il/elle peut mener un projet seul et en autonomie. En revanche, sur des projets de grande ampleur au sein d'une plus grande structure, il/elle travaille au sein d'équipes hiérarchisées et a de nombreuses interactions avec d'autres profils comme le responsable des médias sociaux (ou « Social média manager »), le webdesigner, le développeur ou le chef de projet. Dans ce cas, il/elle participe à des réunions d'équipes et de présentations aux utilisateurs.</p> <p>Les débutants sont en général encadrés par un chef de projet ou un responsable de médias sociaux. D'ailleurs son travail intervient souvent en aval de celui du responsable des médias sociaux. Il/elle intervient dans la phase de mise en œuvre opérationnelle de la stratégie.</p> | | | | <p>pratiques du référencement, enseignés en cours de formation. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <p>référencement puis en aval pour évaluer les résultats ;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le plan de référencement est adapté à l'objectif fixé dans le plan de communication ; ✓ Le plan de référencement est accompagné d'un plan de publication & diffusion qui s'appuie sur les mots-clés définis en amont ; ✓ Les mots clés sont en cohérence dans le ciblage de l'outil publicitaire ; |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les influenceurs et communautés ou forums en ligne en réalisant une veille sur Internet afin de les intégrer dans la stratégie de communication sur les réseaux sociaux ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours d'un quiz sur les principales règles de bonnes pratiques liées au choix des influenceurs, enseignés en cours de formation. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un outil de calcul de score d'influence a été utilisé pour réaliser la veille ; ✓ Une liste d'influenceurs, de communautés et/ou forums en ligne stratégiques, est établie pour chaque réseau social ; ✓ Une stratégie d'intégration dans le plan de communication est proposée ; |

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> Élaborer une stratégie de gestion de crise en utilisant les réseaux sociaux afin de restaurer l'image d'une entreprise ou d'un produit ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de quiz, étude de cas et TP à rendre selon les modules proposés. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Une échelle de risques est établie pour adapter la réponse à chaque niveau de risque ; ✓ Une liste de sources primaires et secondaires est établie pour pouvoir réagir rapidement en cas de crise ; ✓ Une liste d'indicateurs et d'outils, est établie pour automatiser la veille et permettre une surveillance de la réputation numérique au quotidien ; ✓ Une stratégie de type empathie, réaction et explication est élaborée ; ✓ La stratégie proposée permet de garantir une vitesse de réaction rapide, une précision dans la réponse et apporte des éléments de preuves ; |
|--|--|---|---|---|--|

Modalités de validation du bloc de compétence N° 1 (*Sauf pour les candidats en VAE)

Le candidat est évalué en cours de formation suite à chaque module de formation (Quiz, questions à trous, études de cas à remettre etc). Ensuite il/elle est évalué (e) à la fin du bloc de compétences par la remise d'un projet de mise en place d'une veille et de stratégie de communication sur les réseaux sociaux couvrant les compétences du bloc, accompagné et validé par le référent pédagogique.

Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat et permet la validation du bloc de compétences.

| Bloc d'activité N° 2 : Création et animation de communautés sur les réseaux sociaux | Liste des compétences liées à ce bloc d'activités : | Présentation d'un projet réalisé en amont de la session | Entretien technique | Évaluation en cours de formation* (*Sauf pour les candidats en VAE) | |
|---|--|---|-------------------------------------|--|---|
| <p>Après avoir mis en place une stratégie, seul ou sous la supervision d'un responsable de médias sociaux (« social media manager »), sur la base d'un brief client ou d'un besoin utilisateur détaillé, le « community manager » doit mettre en œuvre de manière opérationnelle sur l'ensemble des réseaux sociaux et piloter cette activité au quotidien. Après avoir ciblé les réseaux sociaux pertinents pour sa stratégie, il/elle doit d'abord créer et configurer un compte ou une page sur ces principaux réseaux sociaux en tirant profit des fonctionnalités offertes par chacune des plateformes de contenus afin de créer les conditions d'échanges avec le public.</p> <p>Si cela est justifié dans le cadre de la stratégie mise en place, il/elle peut être amené (e) à créer un blog pour compléter les supports disponibles à sa communication. Pour cela, il/elle doit concevoir, créer et configurer une interface utilisateur grâce à une solution de gestion de contenu ou e-commerce avant de pouvoir y</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Créer et configurer un compte ou une page sur les principaux réseaux sociaux ciblés en tirant profit des fonctionnalités offertes par chacune des plateformes de contenus afin de créer les conditions d'échanges avec le public ; | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> L'évaluation passée en cours d'un quiz sur les principales fonctionnalités des médias sociaux du marché, enseignés en cours de formation. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un compte ou plusieurs comptes sont créés pour chacun des médias sociaux ciblés dans le plan de communication ; ✓ Chaque compte est configuré correctement en prenant en compte les spécificités de chaque support ; ✓ Les codes d'accès sont communiqués à au moins une autre personne de l'organisation, idéalement un responsable hiérarchique ; |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir, créer et configurer une interface utilisateur grâce à une solution de gestion de contenu ou e-commerce pour répondre à certains besoins spécifiques de type mise en place de blogs ; | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> L'évaluation passée en cours de formation prend la forme d'un projet de création de mini-blog à | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les comptes utilisateurs sont créés avec leurs droits et rôles dans le respect des règles de sécurité ; ✓ La structure du site/blog est conforme au besoin client et la charte graphique est respectée ; |

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|---|
| <p>déposer du contenu. Selon la taille du projet, il/elle peut travailler en équipe avec un webdesigner et un développeur web dans le cadre de la mise en œuvre de cette tâche. Ensuite, vient l'essentiel de son activité au quotidien qui consiste en l'animation et à la fédération de groupes sur Internet. Le « community manager » informe de l'actualité et des nouveautés. Il/elle encourage les conversations et montre l'exemple en alimentant régulièrement les plateformes d'articles attrayants afin de susciter le débat et le partage de contenus. Pour cela, il/elle crée des visuels innovants, intègre des contenus diversifiés dans leur forme (infographies, textes, vidéos, live, tweets, GIF etc) en utilisant les outils du marché. Au préalable, il/elle aura établi un planning éditorial. Lorsqu'il/elle doit promouvoir une offre commerciale, il/elle est amené (e) à mettre en place des évènements promotionnels pour développer le marketing viral. Il/elle s'appuie sur les influenceurs afin</p> | | | | <p>rendre. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le codage est optimisé pour le référencement naturel ; ✓ L'affichage des pages est optimisé pour les navigateurs cibles ; ✓ Le développement côté serveur est conforme aux fonctionnalités décrites dans le dossier technique ; ✓ Le développement est sécurisé (tests d'intrusion etc) ; |
| <p>Lorsqu'il/elle doit promouvoir une offre commerciale, il/elle est amené (e) à mettre en place des évènements promotionnels pour développer le marketing viral. Il/elle s'appuie sur les influenceurs afin</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Animer et fédérer les groupes en alimentant régulièrement les plateformes d'articles attrayants afin de susciter le débat et le partage de contenus ; | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>L'évaluation passée en cours d'un quiz sur les principales règles de bonnes pratiques des médias sociaux du marché, enseignés en cours de formation. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le choix des outils ou des applications est cohérent pour développer le message en cohérence avec le plan de communication ; ✓ Les outils utilisés, pour avoir une présence sociale active sur le web sont variés et pertinents ; ✓ Les messages ou actions pour la modération de contenu sont adaptés ; ✓ Les messages sont rédigés correctement en fonction de l'outil utilisé ; |

| | | | | | |
|--|--|----------|----------|--|---|
| <p>d'obtenir un maximum de « reach », de « buzz », et de « like ».</p> <p>L'essentiel de cette activité se fait généralement sur les plateformes les plus connues du marché : Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat mais d'autres plateformes sociales grand public ou professionnelles peuvent être utilisées selon le domaine d'activité (Par exemple LinkedIn dans le domaine d'une communication B2B).</p> <p>Pour ce bloc d'activités, le « community manager » travaille avec un ordinateur connecté à Internet et dispose le cas échéant des logiciels de chaînes graphiques de nécessaires à son travail de création de visuels & de contenus. Il/Elle peut travailler à distance en tant que salarié d'une entreprise, ou pour un client. Ses activités diffèrent selon la taille de l'entreprise et la taille du projet. Il/Elle travaille souvent en mode projet et doit savoir s'adapter à différents</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Créer des visuels innovants, intégrer des contenus diversifiés dans leur forme (infographies, textes, vidéos, live, tweets, GIF etc) en utilisant les outils du marché afin de susciter le débat et le partage de contenus ; | <p>☒</p> | <p>☒</p> | <p>☒</p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme d'un TP à rendre. Suite à un cas proposé par le formateur, le candidat crée un ensemble de visuels dans le respect de la charte graphique donnée et en utilisant les outils graphiques enseignés en cours de formation. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les réalisations respectent la législation des droits d'auteurs ; ✓ Les choix d'illustrations (images, vidéos, etc) sont adaptés aux différents supports et soutiennent de manière pertinente le message à véhiculer ; ✓ Les illustrations respectent la charte graphique ; ✓ Le format d'enregistrement est adapté au support de diffusion ; ✓ Le poids des fichiers (images, vidéos, animations etc) est adapté au support de diffusion ; |
|--|--|----------|----------|--|---|

| | | | | | |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--|---|
| <p>environnements de travail. Au sein d'une entreprise de petite taille, il/elle peut mener un projet seul et en autonomie. En revanche, sur des projets de grande ampleur au sein d'une plus grande structure, il/elle travaille au sein d'équipes hiérarchisées et a de nombreuses interactions avec d'autres profils comme le responsable des médias sociaux (ou « Social média manager »), le webdesigner, le développeur ou le chef de projet. Dans ce cas, il/elle participe à des réunions d'équipes et de présentations aux utilisateurs. Il est important de mettre en place un système de reporting régulier afin d'informer le reste de sa hiérarchie de l'ensemble de cette activité.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Développer le marketing viral en s'appuyant sur les influenceurs afin d'obtenir un maximum de « reach », de « buzz » & de « like » ; | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de d'une étude de cas. Suite à un cas remis par le formateur, le candidat préconise une stratégie de marketing viral en réponse au problème posé. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les réalisations respectent la législation des droits d'auteurs ; ✓ Les différents leviers marketing utilisés sont en conformité avec l'objectif fixé (jeux concours, sondages, quizz humours, inbound marketing etc) ; ✓ Le réseau des influenceurs est exploité avec pertinence ; ✓ L'action de marketing viral a produit un effet sur le nombre de visites sur un site, ou le nombre de vente, ou sur l'image d'une marque, d'un produit et/ou d'une entreprise ; ✓ Les effets d'une action de marketing viral, sont mesurés précisément avec des outils adaptés ; |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--|---|

Modalités de validation du bloc de compétence N° 2 (*Sauf pour les candidats en VAE)

Le candidat est évalué en cours de formation suite à chaque module de formation (Quiz, questions à trous, études de cas à remettre etc). Ensuite il/elle est évalué (e) à la fin du bloc de compétences par la remise d'un mini-projet de création et d'animation de blog couvrant les compétences du bloc, accompagné et validé par le référent pédagogique.

Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat et permet la validation du bloc de compétences.

| Bloc d'activité N° 3 : Surveillance de la réputation numérique d'une organisation, d'une marque ou d'un produit et optimisation de l'activité | Liste des compétences liées à ce bloc d'activités : | Présentation d'un projet réalisé en amont de la session | Entretien technique | Évaluation en cours de formation* (*Sauf pour les candidats en VAE) | |
|--|---|---|---------------------|---|---|
| <p>Au quotidien, le « community manager » est garant de la réputation numérique d'une organisation, d'une marque ou d'un produit. Plus précisément, en cas de critiques ou « mauvais commentaires », le « community manager » a une activité de modération. Il/elle censure les propos non adéquats, il/elle répond aux critiques puis transmet vers le/la responsable concerné (e). Ensuite, il/elle met en œuvre sa stratégie de gestion de crise en incitant les membres de la communauté à produire des commentaires positifs afin d'améliorer la note de réputation.</p> <p>Il/elle peut s'appuyer sur le soutien des influenceurs pour mener à bien ce rétablissement d'image.</p> <p>Il/elle contrôle l'activité en suivant les indicateurs de mesures de performance (KPI) définis en phase préalable. Cela lui permet de mesurer l'efficacité des actions</p> | <ul style="list-style-type: none"> Gérer la e-réputation en répondant aux commentaires négatifs et incitant les membres de la communauté à produire des commentaires positifs afin d'améliorer la note de réputation ; | ☒ | ☒ | ☒ L'évaluation passée en cours de formation prend la forme de quiz sur les bonnes pratiques. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les indicateurs mis en place en phase de cadrage de la stratégie, ont permis de détecter l'avis négatif rapidement ; ✓ La veille sur la e-reputation est automatisée et les outils sont adaptés au besoin ; ✓ La réponse publique apportée au commentaire négatif est rapide ; ✓ Le message de réponse est empathique et bienveillant ; ✓ Si besoin, des excuses ont été exprimées publiquement ; ✓ La réponse est précise et des éléments de preuve sont apportés ; |
| | <ul style="list-style-type: none"> Contrôler l'activité en définissant des indicateurs de mesures de performance (KPI) pertinents afin de mesurer l'efficacité des actions menées ; | ☒ | ☒ | ☒ L'évaluation passée en cours de formation prend la forme d'une étude de cas. Suite à un cas remis par le | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les outils sélectionnés sont pertinents au regard des objectifs fixés ; ✓ Les indicateurs sont organisés par catégorie d'objectifs et sont en cohérence avec les objectifs fixés ; |

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|
| <p>menées puis préconiser des améliorations techniques ou fonctionnelles pour améliorer les chiffres. Sa mission consiste ici à optimiser l'activité afin de s'adapter en permanence à la réalité du marché.</p> <p>Par exemple, une baisse continue du taux de « reach » ou de « like » sur différentes plateformes sociales apparaît parfois comme une menace sur la performance du « community manager » dans la mesure où les publications non sponsorisées de ce dernier seraient de moins en moins visibles. Le rôle du « community manager » est de mettre en œuvre tous les moyens pour éviter ce type de scénario. Pour cela, il/elle adapte sans cesse la stratégie au regard des analyses de performance.</p> | | | | <p>formateur, le candidat choisit un outil et met en place un tableau de bord en sélectionnant les indicateurs les plus pertinents en réponse au problème posé. Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les résultats sont analysés au quotidien ; ✓ Un système de reporting des indicateurs est mis en place avec la hiérarchie et/ou le client ; |
| <p>Pour ce bloc d'activités, le « community manager » travaille avec un ordinateur connecté à Internet et dispose le cas échéant des logiciels de chaînes graphiques de nécessaires à son travail de création de visuels & de contenus. Il/Elle peut travailler à distance en tant que salarié d'une entreprise, ou pour un client. Ses activités diffèrent</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Préconiser des évolutions dans la stratégie de communication sur les réseaux sociaux en analysant les résultats obtenus dans les reportings afin de s'adapter en permanence à la réalité du marché ; | ☒ | ☒ | <p style="text-align: center;">☒</p> <p>L'évaluation passée en cours de formation prend la forme d'une étude de cas. Suite à un cas remis par le formateur, le candidat préconise des solutions et des pistes d'amélioration</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les évolutions proposées sont pertinentes ; ✓ Les évolutions proposées sont claires et précises ; ✓ Les évolutions proposées sont en lien direct avec une faiblesse d'un indicateur ; ✓ Les évolutions proposées sont dans le respect des contraintes du client et/ou de l'organisation mais aussi du secteur d'activité ; |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| <p>selon la taille de l'entreprise et la taille du projet. Il/Elle travaille souvent en mode projet et doit savoir s'adapter à différents environnements de travail. Au sein d'une entreprise de petite taille, il/elle peut mener un projet seul et en autonomie. En revanche, sur des projets de grande ampleur au sein d'une plus grande structure, il/elle travaille au sein d'équipes hiérarchisées et a de nombreuses interactions avec d'autres profils comme le responsable des médias sociaux (ou « Social média manager »), le webdesigner, le développeur ou le chef de projet. Dans ce cas, il/elle participe à des réunions d'équipes et de présentations aux utilisateurs. Il est important de mettre en place un système de reporting régulier afin d'informer le reste de sa hiérarchie de l'ensemble de cette activité.</p> | | | | <p>en réponse au problème posé après avoir analysé les indicateurs de performance (KPI).</p> <p>Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat.</p> | |
| <p>Modalités de validation du bloc de compétence N° 3 (*Sauf pour les candidats en VAE)</p> | | | | | |
| <p>Le candidat est évalué en cours de formation suite à chaque module de formation (Quiz, questions à trous, études de cas à remettre etc). Ensuite il/elle est évalué (e) à la fin du bloc de compétences par la remise d'un projet de mise en place et d'analyses d'indicateurs de performance (KPI) permettant la surveillance de la e-reputation d'une entreprise et couvrant les compétences du bloc, accompagné et validé par le référent pédagogique.</p> <p>Le résultat de ces évaluations est inscrit dans le livret d'évaluation et de suivi du candidat et permet la validation du bloc de compétences.</p> | | | | | |

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle (voir le document en pièce jointe détaillant l'organisation de la certification) :

5-2 Modalités d'évaluation et de validation des compétences

Pour les candidats issus de la voie d'accès en VAE mais aussi d'un parcours continu de formation au sein d'un organisme de formation tiers ou au sein du centre organisateur, les compétences sont évaluées et validées par un jury composé de professionnels au vu des éléments suivants :

5-2-1 Présentation d'un projet réalisé en amont de la session de validation (évaluation certificative)

Cette présentation doit avoir comme contenu des éléments techniques et fonctionnels permettant au jury de valider les différents blocs de compétences. Ce projet est réalisé par le candidat en amont de l'épreuve sur la base d'un brief client remis par une entreprise ou à défaut, par le responsable pédagogique. Le candidat peut aussi soumettre un projet personnel mais celui-ci doit être validé par le responsable pédagogique au préalable.

Le candidat s'assure au moyen du référentiel que le projet couvre bien la liste de compétences pour la validation du titre. Plus précisément, le projet doit obligatoirement comporter au moins un site Internet de type blog et une vidéo réalisée par le candidat, lié au projet.

Lors de l'épreuve, le/la candidat (e) présente au jury son dossier complet de projet grâce à un support de présentation réalisé en amont de la session de validation.

Cette présentation se poursuit par un entretien technique. Le jury vérifie la maîtrise des compétences couvertes par le projet, puis évalue les compétences non couvertes.

5-2-2 Entretien technique

L'entretien technique permet d'analyser l'acquisition des compétences à valider.

Le jury questionne le candidat sur la base de son dossier de projet et de sa présentation orale afin de valider les blocs de compétences.

5-2-3 Entretien final

Un entretien final avec le jury permettra de vérifier le niveau de maîtrise par le candidat des compétences visées. Le jury évalue aussi la compréhension, la vision, la culture professionnelle du métier. Il dispose de l'ensemble du dossier du candidat (dossier professionnel et dossier technique).

5-2-4 Résultats des évaluations réalisées pendant le parcours continu de formation (évaluation formative)

(Cette rubrique ne concerne pas les candidats en VAE)

Pour les candidats issus d'un parcours de formation au sein d'un organisme de formation tiers ou au sein du centre organisateur, les résultats des évaluations, réalisées pendant le parcours de formation seront intégrés au dossier du/de la candidat (e) et remis aux membres de jury par l'organisateur sous forme d'un relevé des évaluations.

5-3 Informations complémentaires concernant la présentation d'un projet réalisé en amont de la session permettant au candidat de valider la certification

Le candidat doit réaliser un projet sur la base d'un cahier des charges remis par une entreprise. Le projet doit permettre au jury de vérifier l'acquisition des compétences.

5-3-1 Mise en œuvre des compétences à travers la réalisation d'un projet (compétences évaluées)

Le projet doit couvrir obligatoirement les compétences suivantes :

Bloc de compétences N° 1 : Élaboration d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- Diagnostiquer l'image d'une marque, d'une personne physique ou morale sur les médias sociaux en répertoriant sa présence en ligne afin de déterminer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux ;
- Construire un plan de communication en définissant les médias sociaux à intégrer à la stratégie de communication globale afin de répondre aux objectifs de l'entreprise ;
- Rédiger une charte éditoriale en cohérence avec le plan de communication en s'appuyant sur un choix de contenus variés (texte, photo, vidéo, images...) pour susciter l'intérêt du public ;
- Établir une stratégie de référencement naturel & payant liée à un planning de publication et de diffusion en utilisant notamment des mots clés, afin de toucher une cible plus importante ;
- Identifier les influenceurs et communautés ou forums en ligne en réalisant une veille sur Internet afin de les intégrer dans la stratégie de communication sur les réseaux sociaux ;
- Élaborer une stratégie de gestion de crise en utilisant les réseaux sociaux afin de restaurer l'image d'une entreprise ou d'un produit ;

Bloc de compétences N° 2 : Création et animation de communautés sur les réseaux sociaux

- Créer et configurer un compte ou une page sur les principaux réseaux sociaux ciblés en tirant profit des fonctionnalités offertes par chacune des plateformes de contenus afin de créer les conditions d'échanges avec le public ;

- Concevoir, créer et configurer une interface utilisateur grâce à une solution de gestion de contenu ou e-commerce pour répondre à certains besoins spécifiques de type mise en place de blogs ;
- Animer et fédérer les groupes en alimentant régulièrement les plateformes d'articles attrayants afin de susciter le débat et le partage de contenus ;
- Créer des visuels innovants, intégrer des contenus diversifiés dans leur forme (infographies, textes, vidéos, live, tweets, GIF etc) en utilisant les outils du marché afin de susciter le débat et le partage de contenus ;
- Développer le marketing viral en s'appuyant sur les influenceurs afin d'obtenir un maximum de « reach », de « buzz », & de « like » ;

Bloc de compétences N° 3 : Surveillance de la réputation numérique d'une organisation, d'une marque ou d'un produit et optimisation de l'activité

- Gérer la e-réputation en répondant aux commentaires négatifs et incitant les membres de la communauté à produire des commentaires positifs afin d'améliorer la note de réputation ;
- Contrôler l'activité en définissant des indicateurs de mesures de performance (KPI) pertinents afin de mesurer l'efficacité des actions menées ;
- Préconiser des évolutions dans la stratégie de communication sur les réseaux sociaux en analysant les résultats obtenus dans les reportings afin de s'adapter en permanence à la réalité du marché ;

5-3-2 Présentation de plusieurs projets pour valider la certification

Dans le cas où un seul projet ne permet pas au candidat de faire valoir l'ensemble des compétences, ou le stage en entreprise ne lui permet pas de valider l'ensemble des compétences devant être couvertes obligatoirement, il/elle peut présenter plusieurs projets dans la limite du temps prévu pour la présentation orale.

5-3-3 Liste des livrables et contenu du dossier

Afin de présenter au jury tous les éléments permettant la validation de la certification, le candidat doit présenter un dossier complet composé d'un dossier professionnel, un dossier technique et un support de présentation pour la présentation orale.

a) Dossier professionnel

Le dossier professionnel comporte :

- Le CV mis à jour du candidat avec les nouvelles compétences acquises ;
- Un livret d'évaluation en cours de formation (sauf pour les candidats en VAE) ;
- La fiche d'appréciation de stage pratique avec le cachet de l'entreprise (le cas échéant*) ;
- Une attestation de formation précisant le (s) modules de formation effectué (s) sous forme de planning, le nombre d'heures, les dates de réalisation (Sauf pour les candidats en VAE). En effet, la formation étant individualisée, il est important de connaître le planning de formation de l'intéressé ;

Le candidat a également la possibilité de fournir tout support illustrant cette description.

A partir des informations fournies dans ce document et en complémentarité à l'épreuve de synthèse, le jury évaluera les acquis du candidat et les comparera aux requis du titre.

*Si un stage pratique est prévu dans le cadre de la voie d'accès parcours continu de formation au sein d'un organisme de formation tiers ou au sein du centre organisateur, **une fiche d'appréciation de stage** sera remplie par le tuteur en entreprise. Cette fiche sera ajoutée au dossier. ((Cette rubrique ne concerne pas les candidats en VAE)

b) Dossier technique

Le dossier technique de projet du/de la candidat (e) doit être remis 10 jours avant la session de validation à l'organisateur et doit respecter ce plan de référence :

1. Liste des compétences mobilisées dans le projet parmi les compétences du référentiel ;
2. Résumé du projet en français d'une longueur d'environ 20 lignes soit 200 à 250 mots, ou environ 1200 caractères espaces non compris ;
3. Le brief du client, ou l'expression des besoins, ou l'étude de cas remise par le responsable pédagogique précisant le besoin initial ;
4. La réalisation sous forme de lien URL ;
5. Au moins une vidéo de maximum 5 minutes, liée au projet et réalisée par le candidat. Cette vidéo est intégrée ou non dans le lien URL ;
6. Un document présentant la stratégie digitale liée au projet, élaboré par le candidat, comprenant notamment :
 - Le diagnostic initial & le benchmark sectoriel
 - La stratégie de communication
 - Le plan éditorial
 - La stratégie de référencement & les mots-clés du projet
 - La stratégie de gestion de crise
 - La description de la veille et les indicateurs de performance (KPI) mis en place
 - L'analyse des résultats et des préconisations d'amélioration
 - La liste des sources et outils utilisés dans le cadre du projet
7. Le cahier de spécifications techniques & fonctionnelles du projet, élaboré par le candidat, comprenant notamment :
 - Les éléments techniques liés à la mise en place du blog
 - Les aspects techniques du référencement naturel
 - Les maquettes des écrans
 - Les principales fonctionnalités
8. Si le projet est issu d'un brief lié à une entreprise, le candidat devra remettre un courrier de la part de l'entreprise autorisant l'utilisation de ses données dans le cadre d'une session de validation et attestant aussi du périmètre d'intervention du candidat.

Dans le cas de la veille, le candidat indique comment il a effectué la veille : les sites et les mots clés, utilisés. Il/elle indique les failles de sécurité corrigées en lien avec un/une développeur (euse) web par exemple.

La longueur du dossier de projet hors annexes est de 30 à 35 pages, soit environ 48750 caractères espaces non compris.

c) **Support de présentation pour la présentation orale**

Le candidat présente son projet à l'aide d'un support de présentation réalisé en amont de la session d'examen, et selon ce canevas :

- Présentation du *benchmark*, de l'entreprise et/ou du contexte du projet (cahier des charges, environnement humain et technique)
- La stratégie de communication
- Le plan éditorial
- La stratégie de référencement & les mots-clés du projet
- La stratégie de gestion de crise
- Les éléments techniques liés à la mise en place du blog
- La description de la veille et les indicateurs de performance (KPI) mis en place
- L'analyse des résultats et des préconisations d'amélioration
- La liste des sources et outils utilisés dans le cadre du projet
- Présentation des difficultés rencontrés et des solutions apportées
- Une conclusion

5-3-4 Contenu de la présentation orale

Le candidat présente son projet à l'aide d'un support de présentation réalisé en amont de la session de validation, et selon ce canevas :

- Présentation personnelle et parcours professionnel ;
- La stratégie de communication
- Le plan éditorial
- La stratégie de référencement & les mots-clés du projet
- La stratégie de gestion de crise
- Les éléments techniques liés à la mise en place du blog
- La description de la veille et les indicateurs de performance (KPI) mis en place

- L'analyse des résultats et des préconisations d'amélioration
- La liste des sources et outils utilisés dans le cadre du projet
- Présentation des difficultés rencontrés et des solutions apportées
- Une conclusion

La démonstration peut être interdite dans le cas où l'entreprise souhaite empêcher la divulgation d'informations confidentielles. Certains éléments étant confidentiels, l'entreprise devra remettre un courrier autorisant la présentation de ces éléments aux membres de jury qui devront aussi signer une attestation de confidentialité.

Si nécessaire, le candidat peut apporter son équipement en tenant compte des contraintes du plateau technique du centre organisateur.

5-3-5 Informations complémentaires concernant l'entretien technique

L'entretien technique se déroule à l'issue de la présentation du projet réalisé en amont de la session. Le jury utilise une grille d'évaluation.