

LearningShelter

10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,

N° SIRET 752 946 863 00046

Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° 11 75 55048 75 auprès de la préfecture d'Ile-de-France.

Déployer une stratégie de rédaction de contenus digitaux génératrice de croissance pour l'entreprise

La multiplication des expositions publicitaires et le digital poussent les entreprises à être plus impactantes dans les messages adressés à leurs clients potentiels. La certification proposée souhaite leur permettre de développer des compétences-clés en matière de stratégie de contenus rédactionnels dans un but d'augmentation de la conversion.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Compétences	Modalités	Critères
Compétence 1 : Définir sa cible client en identifiant les habitudes de consommation, ses usages d'internet, ses préférences d'achat afin de choisir le bon vecteur de communication et sa stratégie d'argumentation.	Entretien avec un jury sur la sélection des moyens de communication choisis en fonction du persona. <i>La mise en œuvre de ses méthodologies découle d'observations réalisées et de travail réalisé dans une posture professionnelle.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat à la certification décrit son persona- Le candidat est capable de proposer un support de communication (livre blanc, page internet, campagne de publicité) qui soit en adéquation avec les habitudes de consommation de la cible client visée.- Le candidat argumente sur le choix du support et explique comment il a défini son persona.

LearningShelter

10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,

N° SIRET **752 946 863 00046**

Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° **11 75 55048 75** auprès de la préfecture d'Ile-de-France.

<p>Compétence 2 : Rédiger une communication écrite (page de vente, landing page, article de blog, séquence d'emails, script vidéos, publicité) en s'appuyant sur différentes techniques d'écrit ou de persuasion (K.I.S.S, visualisation, pattern interrupt) afin de répondre à l'objectif stratégique de la communication définie par l'entreprise.</p>	<p>Entretien avec un jury sur la pertinence des contenus créés vis-à-vis de la cible. <i>La mise en œuvre de des techniques est la résultante d'un travail déjà effectué dans un cadre professionnel réel ou reconstitué.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat est capable de rédiger un support de communication qui répond à plusieurs exigences : Le contenu contient un titre, une promesse, « un call to action » qui est en corrélation avec les attentes de l'objectif commercial. La rédaction s'appuie sur plusieurs techniques de persuasion (K.I.S.S, visualisation, pattern interrupt) et le candidat démontre la pertinence du choix au regard de l'objectif commercial.
<p>Compétence 3 : Participer à la qualité de l'image de son entreprise et la clarté de sa communication en diffusant, de manière implicite ou explicite, des contenus écrits adaptés aux valeurs de l'entreprise, respectant une charte ou une ligne éditoriale préalablement définie.</p>	<p>Entretien avec un jury sur la charte éditoriale définie <i>La mise en œuvre de cette charte est analysée à partir de preuves de travail effectuées lors de cas réels et/ou reconstituées de développement d'entreprises.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat argumente ses choix pour que la campagne de communication proposée réponde aux valeurs de l'entreprise et participe à la qualité de l'image de celle-ci. Le ton du message, le choix du vocabulaire est adapté à l'image et aux valeurs de l'entreprise.- Le candidat démontre l'utilisation d'une charte éditoriale et les similitudes de tonalité dans les

LearningShelter**10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,****N° SIRET 752 946 863 00046***Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° 11 75 55048 75 auprès de la préfecture d'Ile-de-France.*

		différents messages adressés aux prospects et clients.
Compétence 4 : Tester différentes formes/techniques de messages et de leur contenu afin d'identifier, au regard des différents indicateurs de performance, leur portée et la pertinence du choix de vecteur de communication	Entretien avec un jury sur la performance des contenus créés. <i>La mise en œuvre des techniques de performances est évaluée à partir du travail déjà effectué lors de cas réels et/ou reconstitués de développement d'entreprises.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat démontre qu'il a identifié des indicateurs de performance, qu'ils sont adaptés à la stratégie de l'entreprise et comment il peut les exploiter.- Le candidat est capable de justifier ses propositions d'évolution du message de communication au regard des tests effectués en mettant en corrélation les indicateurs de performance avec les objectifs opérationnels de la campagne de communication.
Compétence 5 : Réaliser une veille sur les nouvelles pratiques de copywriting afin de tester de nouvelles techniques ou méthodes et proposer des innovations adaptées au contexte de son entreprise.	Entretien avec un jury pour présenter une campagne de communication <i>La mise en œuvre de la routine de veille est évaluée au regard de l'évolution des contenus créés dans un cadre professionnel réel ou reconstitué.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat fait une proposition de campagne de communication (vecteur, contenu, outils) et argumente ses choix en fonction d'éléments de veille qu'il a effectués.