

Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif visant la certification est initié :		
La certification s'adresse aux professionnels de l'image - Photographes et vidéastes, animateur/Animatrice 2 D et 3 D, monteur/monteuse vidéo, réalisateur/réalisatrice qui exercèrent une activité en indépendant ou en société qui, sur un marché en constante évolution, veulent promouvoir leur travail, attirer et fidéliser des clients, et rester compétitifs.		
Référentiel de compétences	Référentiel de certification	
	Modalité(s)	Critères
C1 - Concevoir une stratégie marketing de prestations artistiques dans un environnement numérique, en déterminant une cible marketing et en analysant la concurrence pour développer l'activité commerciale	<p>L'évaluation des compétences est réalisée selon trois modalités:</p> <p>Modalité 1 – dossier technique Le candidat réalise un dossier sur la base de son activité réelle ou d'un cas fictif que nous lui transmettons. Il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concevoir une stratégie - Définir son offre de services - Concevoir une campagne marketing 	<p>Le persona est précis La cible est précisément définie Les techniques et méthodologies basées sur les « frustrations de ses clients » sont mises en œuvre pour identifier les cibles L'univers concurrentiel est caractérisé « L'océan rouge » (très concurrentiel) et « l'océan bleu » (porteur) sont définis en fonction du persona et de l'analyse de la concurrence Le cadre légal des droits à l'image et des droits d'auteurs est respecté le choix des médias de communication est adapté à la cible (réseaux sociaux, référencement naturel, documentation papier, les partenariats avec les centres d'intérêts de sa cible)</p>
	<p>Une trame de dossier est transmise au candidat. Le dossier doit être transmis au jury au plus tard 7 jours avant la date d'examen</p> <p>Modalité 2 – soutenance devant le jury Le jury questionne le candidat sur ses choix pour vérifier la maîtrise des compétences Durée de la soutenance : 30 minutes</p>	<p>l'offre répond aux frustrations identifiées dans la stratégie marketing le tarif est équilibré entre la rentabilité et les prix du marché l'offre génère l'envie La gamme de prix respecte la théorie des 3 offres (prix d'appel, prix médian, prix haut de gamme)</p>
C2 - Définir son offre de services en se basant sur la stratégie marketing et en définissant une grille tarifaire adaptée pour répondre aux besoins du marché		

<p>C3 - Concevoir une campagne marketing en mobilisant les médias et un langage adapté à la cible pour communiquer sur son offre</p>	<p>Modalité 3 – mise en situation Le candidat réalise un entretien de vente avec un client et argumente sur son produit pour conclure la vente. Durée : 20 minutes</p>	<p>Les médias sélectionnés sont adaptés à la cible Le cercle d’or est défini (pourquoi ? comment ? quoi ?) Le vocabulaire est personnalisé à la cible Les techniques de rédaction sont inclusives L’article permet d’augmenter le référencement naturel (mot clés, SEO) Les actions de communication numérique sont planifiées de façon à suivre un ordre cohérent permettant d’atteindre les objectifs fixés dans un délai imparti. Les actions présentées sur le planning permettent d’augmenter significativement la visibilité digitale et la présence numérique. Les indicateurs de contrôle sont définis (volume de trafic, nombre de contacts, taux d’implications etc...). Les routines marketing sont formalisées</p>
<p>C4 - Déployer un argumentaire commercial adapté à sa cible, qui valorise la plus-value de son offre de prestations artistiques, en mobilisant les techniques de vente pour développer son chiffre d’affaires</p>		<p>L’écoute est active La technique du SONCAS est mobilisée pour présenter l’offre de services Les leviers qui peuvent favoriser l’achat sont mobilisés Les objections sont accueillies et traitées Le prix est annoncé et argumenté La phase de conclusion est réalisée</p>