

## Développer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux pour convertir et fidéliser des clients

Les réseaux sociaux représentent, pour les porteurs de projet, créateurs, dirigeants, repreneurs ou intrapreneurs une opportunité pour promouvoir leur offre de produit et/ou de service et atteindre leurs publics. Dans un contexte de démocratisation, de diversification et de spécialisation des plateformes, les compétences en développement de stratégie d'influence sur les réseaux sociaux s'imposent comme une nécessité pour interagir sur les médias sociaux. La certification permet au candidat d'acquérir des compétences clés pour élaborer et déployer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux, à même de convertir des prospects en clients et de les fidéliser au sein de communautés.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Compétences	Modalités	Critères
C1 - Structurer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux en définissant des objectifs stratégiques à partir d'une cartographie de la concurrence et d'une étude de son audience cible et en identifiant les plateformes à investir, afin de répondre aux objectifs commerciaux de son entreprise	<p><b>Présentation orale accompagnée de supports rédactionnels</b> issus d'une situation professionnelle réelle de développement de micro-entreprise ou TPE (si le candidat a un projet ou une activité entrepreneuriale) ou reconstituée dans le cas contraire.</p> <p>En prenant pour base son propre projet ou sa propre activité entrepreneuriale, ou un projet fictif, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- remettre un document de synthèse présentant la stratégie d'influence ;</li> <li>- présenter les objectifs stratégiques de la stratégie d'influence en adéquation avec les objectifs commerciaux de son entreprise ;</li> <li>- présenter la cartographie de ses concurrents et leurs pratiques sur les réseaux sociaux ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat définit des objectifs stratégiques pour la stratégie d'influence sur les réseaux sociaux, adaptés aux objectifs commerciaux de son entreprise ;</li> <li>- Il analyse, dans une cartographie, les pratiques de ses concurrents sur les réseaux sociaux ;</li> <li>- Il définit, par profil-type, les caractéristiques de son audience type ;</li> <li>- Il liste la ou les plateforme(s) à investir et en justifie la priorisation et l'intérêt au regard des objectifs définis ;</li> <li>- Il présente et argumente sa stratégie d'influence dans un document de synthèse</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter les caractéristiques de son audience type ;</li> <li>- justifie la priorisation de la ou des plateforme(s) à investir</li> </ul>	
<p><b>C2 - Concevoir la ligne éditoriale d'une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux</b> en définissant, pour chaque plateforme investie, les spécifications rédactionnelles des messages, adaptées à l'audience et aux algorithmes, afin de produire des contenus optimisés</p>	<p>En prenant pour base son propre projet ou sa propre activité entrepreneuriale, ou un projet fictif, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter les spécifications rédactionnelles attendues en adéquation avec les publics ciblés ;</li> <li>- présenter sa ligne éditoriale en adéquation avec les spécificités des plateformes investies ;</li> <li>- présenter un exemple de contenu, pour un public ciblé respectueux de la ligne éditoriale et des spécifications</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat présente les spécifications rédactionnelles attendues (type de post, éléments viraux, connexion avec d'autres réseaux sociaux) et leurs évolutions éventuelles pour chaque plateforme investie ;</li> <li>- Il définit, pour chaque public ciblé, un type de message, une totalité rédactionnelle et un format adapté ;</li> <li>- Il mobilise des techniques de copywriting favorisant le passage à l'action des publics ciblés ;</li> <li>- Il présente et argumente sa ligne éditoriale dans un document de synthèse en l'illustrant par au moins un exemple de contenu</li> </ul>
<p><b>C3 - Créer une dynamique d'engagement sur les réseaux sociaux</b> en mobilisant, dans le respect des conditions générales d'utilisation des plateformes investies, des techniques et des outils d'animation de communautés afin de transformer ses clients en ambassadeurs</p>	<p>En prenant pour base son propre projet ou sa propre activité entrepreneuriale, ou un projet fictif, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- justifier les outils d'animation retenus ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat liste les outils d'animation de communauté retenus et en justifie le choix et l'opportunité ;</li> <li>- Il formalise des techniques et routines d'animation de communautés adaptées aux</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter les techniques et routines d'animation et sa routine de modération de la communauté</li> </ul>	<p>publics ciblés et aux objectifs stratégiques définis ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il détermine les règles de modération de sa communauté (ex. traitements des avis négatifs)</li> </ul>
<p><b>C4 - Analyser la performance d'une publication sur les réseaux sociaux</b> en exploitant les fonctionnalités d'un logiciel spécialisé dans le respect des standards de gestion des données afin d'optimiser son impact auprès des publics ciblés</p> <p>.</p>	<p>En prenant pour base son propre projet ou sa propre activité entrepreneuriale, ou un projet fictif, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter son outil de mesure et les statistiques pertinentes à suivre ;</li> <li>- présenter un modèle de rapport d'analyse des publications ;</li> <li>- présenter, à minima, un apprentissage réalisé et une amélioration en adéquation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat configure un outil lui permettant d'accéder, dans le respect des standards de gestion des données, aux données statistiques relatives aux contenus publiés sur les plateformes investies ;</li> <li>- Il détermine les statistiques pertinentes à suivre et compiler et en justifie le choix à l'aune des publics ciblés et des objectifs stratégiques poursuivis ;</li> <li>- Il configure un système lui permettant de comparer les performances de ses publications et structurer un rapport d'analyse des publications ;</li> <li>- Il déduit des recommandations lui permettant d'augmenter l'impact de ses posts auprès de sa cible</li> </ul>
<p><b>C5 - Élaborer une stratégie publicitaire sur les réseaux sociaux</b> en définissant, à partir d'une liste de critères objectifs et mesurables, des leviers de visibilité</p>	<p>En prenant pour base son propre projet ou sa propre activité entrepreneuriale, ou un projet fictif, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter son budget ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat définit un budget pour sa stratégie publicitaire, adapté aux plateformes investies et aux objectifs stratégiques visés ;</li> </ul>

<p>organiques ou payants afin d'accroître la portée de ses contenus et de l'audience</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- présenter les objectifs et critères de l'audience à atteindre, ainsi que les leviers envisagés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Il liste les objectifs et les critères de l'audience qu'il souhaite atteindre grâce à des dispositifs publicitaires ;</li><li>- Il détermine et justifie les leviers envisagés (ex. publicité paramétrée, sponsoring de posts, mobilisation d'ambassadeurs, mobilisation d'influenceurs, etc.) ;</li><li>- Il présente et argumente sa stratégie publicitaire dans un document de synthèse</li></ul>
--	--	--