

RÉSUMÉ DESCRIPTIF DE LA CERTIFICATION

INTITULÉ

Gestion des réseaux sociaux et community management

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

YOUBUZZ SAS
SIRET : 89227034900012

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

- Président de l'organisme de formation
- Directeur général de l'organisme de formation

CODES NSF

- 321 : Journalisme et communication
- 320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information
- 312 : Commerce, vente

FORMACODES

46252 : réseau social
46235 : web 2.0

RÉSUMÉ DU RÉFÉRENTIEL D'EMPLOI ET ÉLÉMENTS DE COMPÉTENCES ACQUIS

Liste des activités visées par le certificat

Community management et gestion des réseaux sociaux, élaboration et mise en place de stratégie de communication sur les réseaux sociaux, gestion de réputation en ligne, reporting et analyse des indicateurs de performance

Compétences ou capacités évaluées

Définir les personas marketing pour adapter la communication
Choisir les bons réseaux sociaux en fonction des cibles visées par l'entreprise
Comprendre et maîtriser l'environnement des réseaux sociaux, à travers l'étude des algorithmes et des différentes fonctionnalités offertes
Construire une stratégie sur les réseaux sociaux en fonction de ses objectifs ou ceux de son client
Créer et optimiser les comptes sur les réseaux sociaux
Construire sa ligne éditoriale, adopter une communication impactante, et trouver des thématiques de publications, dont la curation de contenus permettant d'atteindre le public cible
Choisir une identité visuelle globale qui permettra de créer une cohérence dans les différentes publications

Créer et optimiser chaque publication pour leur donner le plus de visibilité et d'impact auprès de sa communauté
Savoir promouvoir des événements sur les réseaux sociaux : jeux-concours, lives, salons, etc.
Développer une communauté, lui offrir du contenu émotionnel et la fidéliser afin de réduire le coût engendré par l'acquisition de nouveaux fans
Contrôler son e-reputation, et apprendre à répondre aux commentaires et messages privés, et notamment gérer les commentaires négatifs et les bad buzz
Découvrir et maîtriser les différents outils dont un Community Manager a besoin
Savoir mettre en place une stratégie de social selling dans le but d'attirer des clients et de convertir
Analyser les performances des actions mises en œuvre et calculer l'engagement d'une communauté grâce aux statistiques de publication.

SECTEURS D'ACTIVITÉ OU TYPES D'EMPLOIS ACCESSIBLES PAR LE DÉTENTEUR DE CE CERTIFICAT

Secteurs d'activités

Communication - Agence de communication - Entreprises e-commerçantes - Entreprises tous secteurs souhaitant avoir une présence sur les réseaux sociaux et/ou maîtriser sa réputation en ligne.

Le community manager exerce en tant que freelance pour un client ou plusieurs clients, ou en tant que salarié dans une entreprise, association, organisme.

Types d'emplois accessibles

Community manager - Modérateur web - Responsable communication digitale - Social media manager - Responsable stratégie numérique - Chargé relations internautes - animateur réseaux sociaux - E-commercial

Savoir mettre en place une stratégie de social selling dans le but d'attirer des clients et de convertir

Analyser les performances des actions mises en œuvre et calculer l'engagement d'une communauté grâce aux statistiques de publication.

Codes des fiches ROME les plus proches

E1101 - Animation de site multimedia

E1103 - Communication

M1704 - Management relation clientèle

BLOCS D'ACTIVITÉS

INTITULÉ	DESRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc d'activité 1 : Construction d'un plan de communication stratégique sur les réseaux sociaux adapté à la structure et son environnement</p>	<p>Les différentes fonctionnalités qu'offrent les réseaux sociaux sont bien prises en compte Les personas marketing sont précis et comprennent les critères d'âge, de sexe et de Catégorie sociaux-professionnels Les publics présents sur les différents réseaux sociaux sont bien assimilés et le choix des réseaux est pertinent professionnellement. La stratégie et la ligne éditoriale sont adaptées aux valeurs de l'entreprise. Les thématiques abordées sont variées et bien définies La charte graphique est cohérente par rapport aux couleurs ou aux messages de l'entreprise. Les outils pour créer une charte graphique sont connus et utilisés La stratégie de social selling est adaptée aux objectifs et aux prospects cibles de l'entreprise. Les profils sont optimisés et centrés sur le client Les méthodes de recherche de prospects sont maîtrisées Un compte ou plusieurs comptes sont créés pour chacun des médias sociaux ciblés précédemment Chaque compte est configuré correctement en prenant en compte les spécificités de chaque support Une couverture et un logo sont présents La description de l'entreprise ou une biographie est rédigée Les différents menus sont optimisés Les principales optimisations d'une publication sont connues Les publications respectent les droits d'auteurs Les illustrations respectent la charte graphique Le format des posts est adapté au réseau social Le poids des fichiers est adapté au support de diffusion Les messages sont rédigés correctement La rédaction est claire et bien structurée L'illustration permet de comprendre la thématique abordée Les messages sont engageants et bienveillants Les images et les vidéos sont adaptées aux différents types de publication et soutiennent de manière pertinente les message à véhiculer</p>
<p>Bloc d'activité 2 : Mise en oeuvre opérationnelle de la stratégie par la création de publications et l'animation des communautés sur les réseaux sociaux</p>	<p>Un compte ou plusieurs comptes sont créés pour chacun des médias sociaux ciblés précédemment Chaque compte est configuré correctement en prenant en compte les spécificités de chaque support Une couverture et un logo sont présents La description de l'entreprise ou une biographie est rédigée Les différents menus sont optimisés Les principales optimisations d'une publication sont connues Les publications respectent les droits d'auteur Les illustrations respectent la charte graphique Le format des posts est adapté au réseau social Le poids des fichiers est adapté au support de diffusion Les messages sont rédigés correctement La rédaction est claire et bien structurée L'illustration permet de comprendre la thématique abordée Les messages sont engageants et bienveillants</p>

	<p>Les images et les vidéos sont adaptées aux différents types de publication et soutiennent de manière pertinente les messages à véhiculer</p> <p>Les fonctions principales de chaque outil ont été testées et sont maîtrisées.</p>
<p>Bloc d'activité 3 : Gestion de la réputation en ligne d'une entreprise, d'une structure, d'une marque ou d'un produit, surveillance des indicateurs de performance et adaptation de la stratégie</p>	<p>Les outils statistiques sont connus et consultés de manière régulière</p> <p>Le reporting statistique est édité et présenté</p> <p>Les préconisations sont clairement définies et pertinentes par rapport aux indicateurs</p> <p>Les préconisations prennent en compte la dimension de l'entreprise et ses contraintes</p> <p>Les clients sont incités à laisser un avis et une politique de diffusion des avis dans le respect de la législation est mise en place</p> <p>Les messages et actions pour la modération de contenu sont adaptés à la ligne éditoriale</p> <p>Une politique de modération est mise en place concernant les remarques, commentaires et avis négatifs. Ceux-ci font l'objet de réponses calmes et pondérées.</p>

MODALITÉS D'ACCÈS À CETTE CERTIFICATION

Avoir une bonne maîtrise du français, doit savoir utiliser un ordinateur, internet, un navigateur internet et les connaissances de base des réseaux sociaux.

Conditions d'inscription à la certification	Composition des jurys
Après un parcours de formation continue	Le jury est composé du formateur et du président de l'organisme de formation. En cas d'absence ou d'indisponibilité de ce dernier, il pourra être remplacé par le directeur général de l'organisme de formation.
Par candidature individuelle	Le jury est composé du formateur et du président de l'organisme de formation. En cas d'absence ou d'indisponibilité de ce dernier, il pourra être remplacé par le directeur général de l'organisme de formation.

SITE INTERNET DE L'AUTORITÉ DÉLIVRANT LA CERTIFICATION

<http://youbuzz.io>