

**Certificat de compétences en entreprise (CCE)
« Piloter les actions de communication numérique d'une entreprise »**

Référentiel de compétences et d'évaluation

ACTIVITÉS	COMPÉTENCES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>1/ Conception des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre</p>	<ul style="list-style-type: none"> Analyser le positionnement en ligne et les outils et supports de communication numérique de l'entreprise, en les resituant dans le contexte de sa stratégie de communication globale et en évaluant les attentes et spécificités de sa communauté de clients/utilisateurs, afin d'identifier les actions permettant l'amélioration de la présence, de la visibilité et de la notoriété digitales de l'entreprise. Déterminer les actions et leur calendrier de mise en œuvre pour déployer ou faire évoluer les canaux, supports et outils de communication numériques de l'entreprise, en tenant compte des caractéristiques des cibles clients/utilisateurs visées et en veillant à leur cohérence et leur complémentarité avec la stratégie globale de l'entreprise. Evaluer les moyens humains et financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions de communication numérique de l'entreprise, en identifiant notamment les compétences externes et prestataires à mobiliser et en produisant l'estimation des coûts générés, afin d'établir un budget prévisionnel réaliste et de le faire valider par sa hiérarchie. Etablir le cahier des charges des actions de communication numérique à mettre en œuvre, en stipulant les objectifs poursuivis, le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales, afin de cadrer le projet et de guider la contribution des différents professionnels internes ou externes impliqués. 	<p align="center">Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas ou situation réelle portant sur :</i></p> <p>Le cahier des charges d'une action de communication numérique budgétisée et planifiée</p>	<p>L'action de communication numérique proposée est en cohérence avec le positionnement et la stratégie de communication de l'entreprise</p> <p>Les objectifs visés sont définis et mesurables</p> <p>La cible clients/utilisateurs est définie et ses caractéristiques sont prises en compte</p> <p>L'évaluation des moyens à mobiliser est juste et correctement dimensionnée au regard des ressources de l'entreprise</p> <p>Le calendrier est réaliste et les tâches sont ordonnancées</p> <p>Le niveau d'information est suffisant, notamment concernant les spécifications techniques, ergonomiques ou éditoriales</p> <p>Les critères qualité sont explicités</p> <p>Le cahier des charges est clair et structuré</p> <p>La formalisation du cahier des charges est conforme aux standards professionnels</p>

<p>2/ Création et gestion des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique de l'entreprise, en développant une ligne éditoriale et une identité visuelle en adéquation avec son image, son positionnement et ses valeurs et tenant compte des attentes et spécificités de sa cible clients/utilisateurs. • Gérer l'évolution et la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise, en actualisant leurs contenus et les informations diffusées et en appliquant les techniques de référencement naturel, afin de favoriser leur visibilité et leur attractivité. • Piloter les modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique de l'entreprise, en définissant les règles de conduite et d'utilisation favorisant la convivialité et le respect mutuel et en suscitant les échanges et partages d'expérience, afin de contribuer à l'entretien de son e-réputation et de construire une communauté fédérée autour de valeurs et d'intérêts communs. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas ou situation réelle portant sur :</i></p> <p>1/ Un contenu de communication numérique</p> <p>2/ Une charte éditoriale</p>	<p>Le choix des contenus et messages à transmettre et leur hiérarchisation sont en cohérence avec le besoin de l'entreprise</p> <p>Les contenus, messages et visuels sont en adéquation avec l'identité et le positionnement de l'entreprise</p> <p>Les contenus, messages et visuels sont adaptés au public ciblé, à ses usages et codes culturels</p> <p>Les contenus et messages sont adaptés, au regard de leur format et de leur tonalité, aux supports sélectionnés</p> <p>Les contenus sont efficaces et contribuent à l'attractivité et la notoriété digitales de l'entreprise</p> <p>Les principes de community management sont en cohérence avec le positionnement de l'entreprise</p> <p>Les modalités de modération et règles d'échange sont clairement définies et respectent la réglementation,</p> <p>La tonalité des messages est en adéquation avec l'identité de l'entreprise</p>
<p>3/ Evaluation de l'efficience de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Construire des tableaux de bord et indicateurs de suivi, en identifiant les critères pertinents et objectifs sur les plans qualitatifs et quantitatifs compte tenu des objectifs poursuivis et de la nature des actions engagées, afin de permettre l'évaluation continue de l'efficacité de ses outils et supports de communication digitale et de leurs retombées – notamment commerciales – pour l'entreprise. • Analyser l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise, au niveau de leur fréquentation, de l'image perçue 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas d'entreprise fictif ou réel portant sur :</i></p>	<p>Les critères d'évaluation sont complémentaires et objectivement mesurables</p> <p>Les indicateurs de performance sont centrés sur une mesure qualitative et quantitative</p>

Certificat de Compétences en Entreprise



	<p>de l'entreprise et de leurs retombées économiques, en croisant l'interprétation des indicateurs de suivi et celle des données concernant leur audience, afin d'identifier les marges de progression et voies d'amélioration possibles.</p> <ul style="list-style-type: none">• Définir les mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées, en repérant les causes et origines des points de non-efficacité, afin d'optimiser le rendement des outils et supports numériques de l'entreprise.	L'évaluation de l'efficacité d'une action de communication numérique	<p>Les retombées et l'impact de l'action de communication sont évalués et qualifiés Les écarts avec les objectifs initiaux sont repérés et leur origine analysée Les mesures correctives sont identifiées</p>
--	--	---	---

Certificat de Compétences en Entreprise

