

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.

Développer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux à des fins de conversion client et de fidélisation

Les porteurs de projet, créateurs d'entreprise et dirigeants de petites entreprises doivent redoubler d'efforts, se démarquer de la concurrence pour conserver ou augmenter leur part de marché. La certification proposée souhaite leur permettre de développer des compétences-clés en matière de construction de communauté sur les réseaux sociaux et de retour sur investissement.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Compétences	Modalités	Critères
Compétence 1 : Définir les objectifs stratégiques et la place des réseaux sociaux dans la politique marketing ou commerciale en analysant d'une part sa concurrence et d'autre part son audience type, grâce à un focus sur leur utilisation des réseaux sociaux, afin d'atteindre les objectifs de vente de l'entreprise.	Entretien avec un jury sur les méthodes de définition des objectifs stratégiques et les éléments caractéristiques d'une politique commerciale et marketing. <i>La mise en œuvre de ces méthodes est analysée à partir de preuves de travail effectuées lors de cas réels.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat identifie les caractéristiques de son audience type et l'utilisation qu'il fait des réseaux sociaux- Le candidat a dressé une analyse complète de sa concurrence- Le candidat explicite sa proposition de valeur justifiée par les éléments commerciaux et marketing définis en amont (objectifs de vente, choix de communication, politique de prix...)

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.

		<ul style="list-style-type: none">- Le candidat vise des objectifs concrets en terme de développement sur les réseaux sociaux
<p>Compétence 2 : Animer une communauté en définissant sa stratégie de communication, ses lignes éditoriale et graphique puis ses relais influenceurs afin de fidéliser une audience et construire un réseau de clients potentiels.</p>	<p>Entretien avec un jury sur les constituants d'une stratégie de communication appliquée aux réseaux sociaux.</p> <p><i>La mise en œuvre de ce travail est la résultante des travaux préparés sur la stratégie de communication et de ligne éditoriale dans un cadre professionnel réel.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat a défini sa ligne éditoriale en prenant en compte un calendrier de publication- Le candidat programme ses publications via des applications- Le candidat précise ses choix de communication (type de post, éléments viraux, connexion avec d'autres réseaux sociaux) en fonction de son persona et des objectifs visés.- Le candidat produit des contenus adaptés aux valeurs de l'entreprise et de la marque (choix des mots, du ton, des hashtags ou des visuels)- Le candidat démontre ses techniques d'animation et de développement de la communauté d'abonnés/clients en encourageant les interactions par des outils et techniques d'interaction en adéquation avec son persona et ses attentes.
<p>Compétence 3 :</p>	<p>Entretien avec un jury sur les techniques de mesure de la performance.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat a fait des recherches sur l'algorithme du ou des réseaux sociaux qu'il utilise

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>Analyser les statistiques de ses indicateurs de performance à partir des outils de mesure choisis en fonction de son client type, de ses objectifs de vente et de l'algorithme du réseau social utilisé afin d'optimiser sa communication et de développer sa clientèle.</p>	<p>La mise en œuvre de ces techniques est évaluée à partir de l'analyse chiffrée du compte et d'un questionnaire sur les preuves de travail effectuées lors de cas professionnels réels.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat utilise des outils d'analyse (hype auditor, ninjanalytics, tanke roue de deming, analytics, creator studio, later) en fonction des réseaux sociaux sur lesquels il promeut son produit ou service- Le candidat justifie les choix de stratégie de croissance opérés en fonction de la typologie de sa communauté- Le candidat récolte des indicateurs de performance<ul style="list-style-type: none">- Nombre de publications par semaine,- Taux d'engagement,- Réponses des commentaires et/ou messages privés,- Le candidat s'appuie sur les données récoltées pour<ul style="list-style-type: none">- adapter ses créations : des légendes, des visuels, des stories- améliorer ses montages vidéo
---	--	--

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 4 : Déterminer sa stratégie publicitaire en définissant les audiences et les formats efficaces, le budget et les objectifs marketing afin de paramétrer les outils de diffusion après avoir produit des éléments publicitaires graphiques et textuels.</p>	<p>Entretien avec un jury sur les stratégies publicitaires en place <i>La mise en œuvre de ces stratégies est évaluée à partir de preuves de travail effectuées lors de cas réels ou reconstitués.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Le candidat a construit un budget publicitaire- Le candidat a retranscrit ses objectifs marketing pour les adapter à la création publicitaire- La candidat défini une audience publicitaire précise en fonction des critères sociaux démographiques ou des centres d'intérêts- Le candidat mesure les résultats de ses publicités pour justifier les choix stratégiques
---	--	--