

Référentiel de compétences et de certifications

La certification s'adresse aux entrepreneurs de TPE (créateurs ou chefs d'entreprise) souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leur activité.

L'objectif de la certification est de permettre aux entrepreneurs de TPE de maîtriser leur communication d'entreprise sur les réseaux sociaux. Ils pourront ainsi déterminer leur stratégie de communication liée à l'entreprise, identifier les réseaux sociaux pertinents et créer une page entreprise sur les réseaux choisis. Les apprenants pourront enfin en toute autonomie, élaborer et mettre en place leur stratégie éditoriale, animer leur(s) page(s) avec du contenu commercial et informatif sur les produits et l'entreprise.

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté.

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE		
Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
C1. Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action pertinent à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.	E1. Type d'évaluation : Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport et soutenance orale. Réalisations demandées au candidat : Le candidat présente un plan d'action avec un	Cr1. Le plan d'action proposé par le candidat est en cohérence avec : <ul style="list-style-type: none">- L'objectif visé.- La ou les cible(s) visée (es)- La ou les période(s) de communication à exploiter.- Le budget alloué.

	planning et un budget selon la (les) cible(s) à atteindre en correspondance avec le projet de promotion de sa TPE.	
C2. Identifier la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.	Le candidat élabore une analyse de marché primaire de correspondance entre le produit / ou service, la cible et la concurrence. Le candidat explique les raisons qui l'ont poussé à choisir ce / ces réseaux sociaux.	Cr2. L'analyse de marché primaire réalisée permet de vérifier que le public visé correspond à la cible du produit / ou services et permet d'identifier le bon positionnement par rapport à la concurrence donnant l'avantage concurrentiel.
C3. Créer et concevoir une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.	Le candidat élabore le modèle d'un profil sur le ou les réseaux sociaux adaptés en tant que dirigeant de TPE et intègre les outils multimédias correspondants à son projet.	Cr3.1. Le modèle du profil dirigeant conçu par le candidat respecte le nom et l'identité visuelle du projet d'entreprise et est adapté dans son format aux normes et usages du réseau social. Cr3.2. La page professionnelle du candidat est : <ul style="list-style-type: none"> - Correctement complétée et paramétrée sur le réseau social choisi - Présente des contenus multimédias de qualité et harmonieux - Prend en compte les situations de handicap (plan d'accès, mode de contact.)

<p>C4. Elaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.</p>	<p>Le candidat élabore un planning éditorial basé sur la saisonnalité du projet de promotion de l'activité (produits et/ou services).</p>	<p>Cr4. Le planning est élaboré de façon à permettre une régularité et un rythme dans les objectifs de publication de promotion de l'activité produits et/ou services.</p>
<p>C5. Animer la page de son entreprise TPE en publiant des posts (du contenu commercial, des informations sur les produits et sur l'entreprise, du contenu multimédia) en apportant des adaptations en fonction des différentes situations de handicap qui peuvent être prises en compte (sous-titrage par exemple) et en utilisant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s).</p>	<p>Le candidat rédige une publication (un post) sur une thématique de son choix.</p>	<p>Cr5. La publication est correctement rédigée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le ton employé est dans l'esprit du réseau social concerné - La thématique choisie est en cohérence avec le projet de promotion des produits et/ou services de l'entreprise.
<p>C6. Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications.</p>	<p>Le candidat met en place une campagne publicitaire sur un des réseaux sociaux définis dans le projet d'entreprise TPE.</p> <p>Conditions de réalisation : Evaluation individuelle réalisée chez le certificateur.</p>	<p>Cr6.1. Le candidat réalise correctement la campagne publicitaire sur l'outil de création de campagne du réseau social. Le candidat remplit les champs nécessaires en restant aligné avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La cible prédéfinie - Les informations relatives à l'entreprise - Le budget - La date de lancement de la campagne - Le contenu de la publication <p>Cr6.2. Le candidat tient compte des potentielles situations de handicap des membres de sa communautés dans ses réponses.</p>

<p>Savoirs associés</p> <ul style="list-style-type: none">- Les différents réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube...- Création de comptes et de profils.- Production de contenus multimédias digitaux.- Brand Content et “storytelling”.		
---	--	--