

Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME

Objectif :

La certification « Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME » vise à développer les compétences des dirigeants et/ou collaborateurs de TPE-PME sur le pilotage et l'optimisation de la communication sur internet et sur les réseaux sociaux.

En effet, les réseaux sociaux et internet sont devenus des outils de communication indispensables pour le développement des activités des petites structures. Le déploiement de la communication à travers ces médias leur offre une multitude d'opportunités en termes de business et de croissance.

La certification reconnaît à son titulaire les compétences nécessaires au pilotage et à l'optimisation d'un site internet et des comptes sur les réseaux sociaux.

Public visé :

Dirigeants et/ou collaborateurs de TPE/PME

Prérequis :

Avoir un projet professionnel en lien avec le pilotage et l'optimisation de sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux dans son entreprise.

Durée du parcours de formation :

35 heures

Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>C1. Analyser le référencement SEO – SEA du site internet de l'entreprise TPE/PME en contrôlant les paramètres qui influencent le référencement naturel et en suivant le positionnement sur Google pour définir les actions d'améliorations à mettre en place.</p> <p>C2. Optimiser les pages et contenus du site internet pour maximiser l'expérience de navigation, accroître sa visibilité et améliorer le positionnement dans les moteurs de recherche.</p> <p>C3. Développer sa présence sur les réseaux sociaux en créant, en administrant et en paramétrant des comptes de manière à augmenter la visibilité de l'entreprise pour promouvoir et développer ses activités professionnelles.</p> <p>C4. Définir une ligne éditoriale (vocabulaire, thématiques, formats, graphisme) adaptée à la stratégie de communication et de promotion de l'entreprise et en tenant compte de la communauté ciblée pour déterminer les contenus à diffuser sur les réseaux sociaux.</p>	<p>Évaluations à distance :</p> <p>1/ Cas pratique sur la création d'une page ou d'un compte du média social de son choix avec soutenance orale.</p> <p>Il est demandé au candidat de créer une page ou un compte : Facebook, Instagram, Tiktok ou linkedin en lien avec son activité et d'élaborer un plan d'action détaillé permettant la mise en place d'une communication sur les réseaux sociaux à partir d'un cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soit réel en rapport avec le contexte de l'entreprise dont il fait partie. - Soit fictif, dans lequel il lui sera remis des informations sur le contexte, l'organisation et le macro et micro-environnement d'une entreprise ainsi que des informations relatives à sa présence sur le web et à sa stratégie de communication sur internet et les réseaux sociaux. 	<p>Le paramétrage du compte ou de la page créé(e) est correctement configuré. Les choix sélectionnés sont en adéquation avec l'activité professionnelle du/de la candidat(e) : le thème du modèle de page, le bouton de contact, la gestion des avis et l'exposition des produits et services. Un calendrier de publication est planifié.</p> <p>Les contenus sont optimisés et les mots clés sont sélectionnés pour accroître le référencement naturel.</p> <p>Le contenu créé est attractif et pertinent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations sont complètes, claires et adaptées à un usage professionnel. - La description est brève et précise. - La qualité du visuel ou du cliché est bonne. - Le contenu met en exergue une identité de marque claire.

Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME

<p>C5. Construire une audience cible et un écosystème via les outils des réseaux sociaux pour élargir et fédérer sa communauté.</p> <p>C6. Animer une page ou un compte sur les réseaux sociaux en publiant des contenus et des visuels qualitatifs adaptés et attractifs, en variant les thématiques et les formats (vidéos, photos, illustration, etc) et en planifiant un calendrier de publication pour accroître les interactions avec son audience et générer de nouveaux prospects.</p> <p>C7. Créer une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux ou sur des moteurs de recherche en adoptant la stratégie la plus adaptée aux objectifs de l'entreprise TPE/PME (enchères, CPC, CPA) et en construisant une offre accrocheuse auprès d'une communauté ciblée et qualifiée pour capter l'attention de nouveaux clients.</p> <p>C8. Réaliser une veille sur internet et sur les réseaux sociaux sur son domaine d'activité pour orienter sa stratégie de communication ou promotionnelle.</p> <p>C9. Mesurer la performance des actions menées sur internet et les réseaux sociaux en analysant les indicateurs de résultats, les statistiques et le retour sur investissement (ROI) pour ajuster et établir les priorités des actions à réaliser.</p>	<p>Le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrer et paramétrer le compte - Créer un contenu (texte et visuel) attractif - Identifier les supports digitaux et leviers adaptés au projet - Préconiser des actions de communication auprès des influenceurs <p>A l'oral, le candidat argumente sur ses préconisations et il est challengé sur l'organisation des tâches pour la mise en œuvre de la stratégie de communication sur les réseaux sociaux et interrogé sur les différents outils et techniques digitale, sur le pilotage du projet, sur le contrôle de l'e-réputation ainsi que sur les techniques de veille sur internet.</p> <p>2/ Cas pratique sur l'analyse du référencement du site internet du/de la candidat(e) et sur l'optimisation du contenu avec soutenance orale.</p> <p>Il est demandé au candidat, à partir de cas pratique réel ou fictif et à partir de supports de communication remis au candidat de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le vocabulaire, le format et le graphisme sont adaptés à l'activité professionnelle. <p>Le rapport d'analyse du référencement du site internet est complet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le niveau de référencement naturel du site internet est correctement analysé. - Les points de vigilances sont identifiés - Des outils de référencement (SEO, SEA, Google Adword) sont utilisés dans l'analyse. - Les préconisations d'optimisation du site sont cohérentes et adaptées. <p>La démarche de veille sur les réseaux sociaux proposé par le/la candidat(e) est pertinente.</p> <p>La stratégie de communication expliquée est en adéquation avec l'activité professionnelle du/de la candidat(e). Le/la candidat(e) démontre sa capacité à justifier ses choix.</p> <p>Les canaux digitaux identifiés sont en adéquation avec l'audience ciblé.</p> <p>La démarche d'animation d'une page ou d'un compte tient compte de la stratégie de</p>
--	--	--

Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME

<p>C10. Mettre en place une démarche d'amélioration continue du référencement SEO-SEA et de ses comptes sur les réseaux sociaux pour optimiser et développer leur efficacité.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser le site internet de son entreprise via des outils spécifiques et de générer un rapport. Il/Elle devra - Indiquer le positionnement du site sur Google et sur les moteurs de recherche - Préciser et établir des recommandations et les actions d'améliorations à mettre en place pour optimiser le référencement SEO-SEA de la marque. <p>A l'oral, le candidat présente ses recommandations et est interrogé sur les différents outils et techniques digitales du projet.</p> <p>3/ Questionnaire</p> <p>Le/la candidat(e) devra répondre à une série de 20 questions ouvertes et QCM sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la création d'une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux et sur Google Ads, - la définition d'une ligne éditoriale à partir d'une communauté ciblée, - la construction d'une audience sur les réseaux sociaux, - l'animation d'une page ou d'un compte sur les réseaux sociaux, sur sa maîtrise des balises et enchères sur CPC/CPA, 	<p>l'entreprise. Les enchères (CPC et CPA) et les balises sont maîtrisées.</p> <p>L'analyse de la performance des actions sur les réseaux sociaux est pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les écarts entre les objectifs et les résultats sont identifiés, - L'analyse des statistiques, des indicateurs et des écarts est correcte. <p>Les solutions proposées sont cohérentes et en adéquation avec les cas d'entreprises décrits.</p>
--	---	--

Référentiel de certification

Piloter et optimiser sa communication sur internet et sur les réseaux sociaux pour les TPE/PME

	<p>- la mesure de la performance des actions sur internet et sur les réseaux sociaux.</p> <p>Un minimum de 70% de bonnes réponses est requis sur le questionnaire.</p> <p> <i>Nos épreuves de certification bénéficient de la solution Confort+ permettant d'améliorer le confort visuel, auditif et cognitif (dyslexie par exemple) pour les personnes en situation de handicap.</i></p>	
--	---	--