

Stratégie des réseaux sociaux

Référentiel de compétences

Compétences	Modalités évaluation	Critères évaluation
1 - Analyser les statistiques d'une publication pour comprendre l'impact de son post en calculant un taux d'engagement	Exercice : calculer des taux d'engagement sur des publications différentes	Effectuer le bon calcul sans erreur et donner un résultat juste
2 - Analyser une publication, son contenu et ses statistiques, pour être capable de dire si elle a fonctionné ou pas, en explicitant de manière argumentée et juste	Etude de cas – mise en situation réelle	Observer une publication (contenu et statistiques) et être capable de dire si on la considère comme réussie ou pas. Donner une explication juste et convaincante (mise en avant des éléments probants et réponse explicite et argumentée)
3 - Rédiger une publication en utilisant les codes du réseau social pour pouvoir publier un message qui obtiendra de l'engagement, en évitant les fautes d'orthographe selon une problématique d'un client à étudier	Rédaction d'une publication selon un cas concret proposé	Rédiger une publication cohérente qui utilise les bons # (2 fautes d'orthographe maxi, # pertinents selon le cas reprise de la problématique du client à étudier)
4 - Trouver le bon influenceur pour répondre au besoin d'une entreprise en cherchant, comparant et choisissant l'influenceur le plus approprié	Etude de cas – mise en situation réelle	Selon un cas donné, chercher 2 influenceurs, les comparer dans un tableau (valeurs, taux d'engagement, cibles) et donner celui qui semble le mieux correspondre au cas donné (réponse explicite et argumentée)
5 - Répondre à un commentaire négatif laissé par un client pour laisser une image positive de l'entreprise en apportant une réponse juste, en évitant certaines erreurs courantes et en faisant au maximum 3 fautes d'orthographe	Exercice sur cas réel	Selon un commentaire laissé par le client d'une entreprise sur internet, apporter une réponse fictive argumentée (éviter les erreurs courantes et faire 3 fautes d'orthographe maxi)
6 - Définir des objectifs SMART pour publier les bons messages en étudiant les besoins de la marque	Etude de cas – mise en situation réelle	Proposer des objectifs SMART cohérents avec le cas étudié (les objectifs doivent répondre au protocole SMART utilisé en stratégie – respect de la procédure)
7 - Rédiger un personae et trouver ses insights pour cerner les cibles qui doivent recevoir les messages en imaginant les messages qui l'intéresseraient	Etude de cas – mise en situation réelle	Rédiger un personae qui représente l'une des cibles de l'étude de cas et noter ses insights (respect de la création des fiches persona utilisées en marketing– respect de la procédure)