

## GRILLE D'EVALUATION

### GERER LA COMMUNICATION DIGITALE D'UNE ENTREPRISE VIA LES RESEAUX SOCIAUX

Compétences	Critères d'évaluation	Acquis	Non Acquis	Compétence Acquis/ Non Acquis	Note
C1 : Utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise	La création de page professionnelle (2 points):				
	Cr1-Le réseau social choisi est adapté à l'activité de l'entreprise et la cible commerciale visée				
	Cr2-Les fonctions d'optimisation de page, de modification de page, d'analyse des résultats sont utilisées,				
	Cr3-L'utilisation des fonctionnalités de l'application du réseau social choisi est fluide.				
C2 : Mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives afin de créer un contenu optimal permettant de croître la visibilité de l'entreprise accessible à tous	La mise en place de visuels pour accompagner ses publications (3 points):				
	Cr4-Les visuels choisis sont adaptés à l'algorithme du réseau social,				
	Cr5-Les visuels sont diversifiés et argumentés par rapport aux publications,				
	Cr6-Le visuel doit comprendre du texte, une image libre de droit, un message précis et le respect de l'identité visuelle,				
	Cr7-Les visuels sont inclusifs (audiodescription, sous-titrage, adaptation des couleurs et caractères...)				
C3 : Elaborer un plan social media en créant sa ligne éditoriale, à partir de différents thématiques de publications afin derépondre à la	L'élaboration d'un plan social media pour les 3 prochains mois (3 points):				
	Cr8-Le retroplanning présenté prévoit une régularité des publications,				
	Cr9-Les futures dates de diffusion doivent tenir compte du calendrier d'activité de community management,				

demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés	Cr10-Les thématiques des publications doivent être diverses (Présentation produit/service, offres, nouveautés, actualités ...),				
C4 : Créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux	<b>La création de publication (3 points):</b>				
	Cr11-L'élément visuel intégré est adapté à la publication,				
	Cr12-Le wording utilisé est adapté à la cible et aux produits de l'entreprise,				
	Cr13-Le choix des hashtags est argumenté.				
	Cr14-Les formats des contenus doivent être variés (Publication, Story, Réels etc...).				
C5 : Optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficiente sa communication sur les réseaux sociaux	<b>L'utilisation de l'outil Meta Business Suite (3 points):</b>				
	Cr15-La diffusion des contenus créés est programmée est juste,				
	Cr16-La communauté est correctement analysée selon des indicateurs précis : âge, sexe, localisation...				
	Cr17-Le calcul du taux d'engagement est juste,				
	Cr18-La gestion des messages privés et commentaires publics est efficace,				
C6 : Animer le compte social professionnel à travers la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise.	<b>La gestion des échanges (3 points):</b>				
	Cr19Des échanges de like, de story... sont réalisés et partagés dans des groupes,				
	Cr20-Les interactions au sein de la communauté sont modérées et encouragées.				
	<b>La campagne sponsorisée (3 points):</b>				