

Public cible

Cette certification s'adresse aux dirigeants d'entreprises, ainsi qu'aux professionnels en charge de la communication, du marketing ou du développement commercial de leur structure.

Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour sélectionner, intégrer et recourir à des outils qui utilisent l'intelligence artificielle dans la gestion quotidienne de leurs réseaux sociaux. L'objectif est ainsi de permettre aux ressources humaines des entreprises de rendre efficiente les actions menées pour développer leur communication sur les réseaux sociaux.

Pré-requis

La certification s'adresse à des professionnels, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne...), et ayant déjà une activité professionnelle régulière sur les réseaux sociaux depuis au moins 1 an. La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification. Un dossier de candidature à la certification, renseigné par le candidat est transmis à l'organisme certificateur (La WAB) pour validation.

Evaluation

EVALUATION :

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique de gestion des réseaux sociaux d'une entreprise grâce à l'intégration et l'utilisation d'outils dotés d'intelligence artificielle. Le candidat présente son travail sous la forme d'un dossier, comprenant :

- l'analyse de la gestion des réseaux sociaux d'une marque
- la génération de contenu (image, texte, vidéo) avec l'IA générative
- la génération d'interactivité sur les réseaux sociaux avec l'IA
- la gestion de campagnes de communication avec des outils intégrant l'IA
- le pilotage de l'amélioration continue

L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une marque dans la gestion quotidienne des réseaux sociaux. Lors de sa présentation orale, le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail pour arriver au résultat final.

Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

CONDITIONS DE RÉALISATION :

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de 2 semaines pour préparer sa soutenance. Ce temps de préparation préalable doit permettre au candidat de s'assurer d'avoir rempli tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification.

Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur. La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
COMPÉTENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C1. Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque en réalisant un diagnostic général de performance afin de préparer de manière efficace l'intégration des outils liés à l'intelligence artificielle.	Présentation écrite (livrable d'évaluation) et orale de l'analyse de la gestion des réseaux sociaux d'une marque comprenant : - une cartographie - les forces et les faiblesses de la gestion en cours - une liste de recommandations - les objectifs organisationnels - les objectifs marketing	Cr1.1. Le candidat réalise une cartographie de la gestion des réseaux sociaux de la marque. Cr1.2. Le candidat effectue un audit de la gestion des réseaux sociaux de la marque (qui inclut l'accessibilité numérique) et propose des recommandations pertinentes et mesurables. Cr1.3. Le candidat définit les objectifs organisationnels et marketing que la marque souhaite atteindre avec l'IA.
C2. Générer des contenus textes, images et vidéos en utilisant des solutions d'intelligence artificielle et en créant des prompts lorsque ceci est adapté afin de produire plus efficacement des publications pour les réseaux sociaux de la marque.	Présentation écrite (livrable d'évaluation) et orale de la mise en place des outils de génération de contenu sur les réseaux sociaux de la marque. Le candidat démontre sa capacité à les utiliser en réalisant : - des prompts efficaces lorsque les IA génératives le nécessitent - des productions écrites sur les IA génératives de texte - des visuels sur les IA génératives d'images - des interactions vocales sur les IA qui améliorent l'expérience d'une vidéo	Cr2.1. Le candidat choisit et configure des outils qui intègrent l'IA pour : - générer des idées et rechercher des tendances (Chat GPT, Mention ou équivalent). - créer du contenu texte (Chat GPT ou équivalent). - créer des visuels (Canva, Midjourney ou équivalent). - améliorer l'interaction des vidéos (Voiceflow, Heygen, Synthesia, Eleven Labs ou équivalent). Cr2.2. Le candidat optimise les résultats obtenus en faisant des requêtes (prompt engineering) sur les outils qui intègrent l'IA. Cr2.3. Le candidat crée des contenus écrits avec un générateur de texte qui répondent aux besoins de la marque. Cr2.4. Le candidat crée des visuels avec un générateur d'image IA qui répondent aux besoins de la marque. Cr2.5. Le candidat crée une vidéo grâce à un outil qui intègre l'IA et/ou ajoute des interactions vocales à une vidéo (voix off, chatbot vocal, avatar). Cr2.6. Les productions respectent les critères d'accessibilité web (sous-titres, contraste des couleurs, structuration du contenu, etc...). Elles garantissent le respect des droits d'auteur ainsi que de l'intégrité du contenu par des contrôles anti-plagiat.

C3. Générer de l'interactivité grâce à l'intelligence artificielle, en analysant les tendances et le comportement des utilisateurs et en s'appuyant sur les recommandations faites par l'outil afin de favoriser l'engagement avec sa communauté en ligne.	Présentation écrite (livrable d'évaluation) et orale de la mise en place d'un outil intégrant l'intelligence artificielle qui permet de générer de l'interactivité sur les réseaux sociaux de la marque. Le candidat démontre sa capacité à l'utiliser : - en réalisant une analyse des contenus qui génèrent le plus d'engagement - en s'appuyant sur les recommandations de l'outil pour générer des réponses aux commentaires - en s'appuyant sur les recommandations de l'outil pour proposer de nouveaux contenus	Cr3.1. Le candidat choisi et configure un outil qui intègre l'IA et qui respecte le RGPD pour générer de l'interactivité avec une communauté en ligne (ex : Sprout Social, Metricool, Buffer, Sprinklr ou équivalent). Cr3.2. Le candidat analyse les tendances d'engagement, les sentiments des utilisateurs et les réactions aux publications. Cr3.3. Le candidat exploite l'IA pour optimiser sa stratégie de contenu sur les réseaux sociaux de la marque. Cr3.4. Le candidat organise le calendrier de publication en fonction des objectifs de la marque et des tendances du marché. Cr3.5. Le candidat utilise les recommandations de l'IA pour répondre aux commentaires.
C4. Planifier, diffuser et concevoir l'automatisation des contenus pour les réseaux sociaux en utilisant des solutions d'intelligence artificielle afin d'optimiser le community management.	Présentation écrite et orale de la planification et diffusion d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux à l'aide d'un outil intégrant l'IA.	Cr4.1. Le candidat choisi et configure un outil qui intègre l'IA et qui respecte le RGPD pour : - planifier et publier des contenus sur les réseaux sociaux (ex : Metricool, Agorapulse, Buffer ou équivalent). - concevoir des scénarios automatisés simples (ex : Zapier, Make ou équivalent). Cr4.2. Le candidat planifie et/ou diffuse une campagne de communication sur les réseaux sociaux avec l'outil choisi. Cr4.3. Le candidat justifie en quoi la mise en place de flux de travail automatisés (workflows) pourrait améliorer la planification / diffusion de ses contenus.
C5. Piloter l'amélioration continue de la gestion des réseaux sociaux, en contrôlant ses indicateurs de performance et en réalisant une veille active sur l'intelligence artificielle, afin d'optimiser en continu sa productivité.	Présentation écrite (livrable d'évaluation) et orale du pilotage de l'amélioration continue de la gestion des réseaux sociaux comprenant : - l'identification des indicateurs clés de performances - le suivi dans le temps des indicateurs - la mise en place d'une stratégie de veille active	Cr5.1. Le candidat identifie des indicateurs clés de performance (KPI) et des critères d'accessibilité web pour chaque réseau social, en cohérence avec les objectifs de la marque. Cr5.2. Le candidat met en place un outil pour surveiller les indicateurs clés de performance et d'accessibilité et prendre des mesures en conséquence. Cr5.3. Le candidat argumente la mise en place d'une stratégie de veille active sur les réseaux sociaux.