

RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN  
PAIX – TRAVAIL – PATRIE

COOPÉRATION CAMEROUN  
BANQUE MONDIALE

PROJET D'APPUI AU DÉVELOPPEMENT DE  
L'ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ET DES  
COMPÉTENCES POUR LA CROISSANCE ET  
L'EMPLOI

UNITÉ DE COORDINATION DU PROJET

COORDINATION TECHNIQUE DE LA  
COMPOSANTE II



REPUBLIC OF CAMEROON  
PEACE – WORK – FATHERLAND

CAMEROON – WORLD BANK  
COOPERATION

SECONDARY EDUCATION AND SKILLS  
DEVELOPMENT PROJECT

PROJECT COORDINATION UNIT

TECHNICAL COORDINATION OF  
COMPONENT II

**LETTRE-COMMANDE N°002/LC/PADESCE/UCP/CG/SPM/2024**

## **REFERENTIEL DE FORMATION PROFESSIONNELLE**

*Selon l'Approche Par Compétences (APC)*

### **REFERENTIEL METIER-COMPETENCES (RMC)**

**SECTEUR : NUMERIQUE**

**METIER : COMMUNITY MANAGER**

**NIVEAU DE QUALIFICATION: TECHNICIEN**



**Le Consultant**



**FISCAGEST CONSULTING AND CONTRACTOR**

Situé Face SHO-YAOUNDE : / BP : 5545 / Tél : 699 89 40 69  
E-mail : [gedeonjoe@yahoo.fr](mailto:gedeonjoe@yahoo.fr) / NIU : M031100037145A/ RC/YAO/2011/B216

**Juin 2024**

**EQUIPE D'ANIMATION DE L'AST (ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL)**

N°	Noms et Prénoms	Structures	Qualifications
1	<b>BELINGA BESSALA Simon</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Chef de mission
2	<b>ANONG Léon</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
3	<b>Dr. TELLA NEGOU Martial Larios</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue

**EQUIPE DE PRODUCTION**

N°	Noms et Prénoms	Structures	Qualifications
1	<b>Dr. TCHOMGOUO NZALLI Gédéon</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Directeur de projet, Directeur Général
2	<b>BELINGA BESSALA Simon</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Chef de mission
3	<b>ANONG Léon</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
4	<b>Dr. TELLA NEGOU Martial Larios</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
5	<b>TIYON Guy</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Formateur
6	<b>MOUNGAM Cédric Emmanuel</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Formateur
7	<b>BABA MOUSTAPHA AMADOU</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Expert Métier
8	<b>LAMERE MOUTAPBEMO Eric</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Expert Métier
9	<b>NNOUBIGNIE Yves Emmanuel</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique
10	<b>TOUKAM Diandra</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique
11	<b>NTEDE Rosine Marina</b>	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique

## REMERCIEMENTS

Ce Référentiel de Métier - Compétence (RMC) a été élaboré et sera exploité grâce à l'impulsion de Monsieur ISSA TCHIROMA BAKARY, Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, dans le cadre du développement des Référentiels de Formation Professionnelle selon l'Approche Par Compétences (APC) au Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'emploi (PADESCE). Aussi, tenons-nous à exprimer au Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle notre profonde gratitude pour cette opportunité offerte qui permettra la normalisation de la formation et la valorisation de la filière Community Manager au Cameroun.

En outre, nous saluons et apprécions à sa juste valeur la collaboration avec les différents acteurs de la formation professionnelle (Experts et Entreprises) dans le cadre de l'élaboration du Référentiel Métier Compétence (RMC) et dont l'aide a été déterminante pour la bonne conduite des entretiens et la réalisation des contenus de ce Rapport.

Que ces acteurs consultés, dont les noms figurent sur la liste ci-jointe trouvent ici l'expression de nos remerciements pour leur disponibilité et leurs contributions pertinentes qui seront significatives à la production d'un Référentiel de Formation Professionnelle, de qualité pour le métier de Community Manager.

## ABREVIATIONS ET ACRONYMES

<b>APC</b>	Approche Par Compétences
<b>AST</b>	Analyse de la Situation de Travail
<b>BT</b>	Brevet de Technicien
<b>CMR</b>	Cameroun
<b>CQP</b>	Certificat de Qualification Professionnelle
<b>DFOP</b>	Direction de la Formation et de l’Orientation Professionnelles
<b>DQP</b>	Diplômes de Qualification Professionnelle
<b>DTS</b>	Diplôme de Technicien
<b>EPC</b>	Équipements de Protection Collective
<b>EPI</b>	Équipements de Protection Individuelle
<b>FP</b>	Formation Professionnelle
<b>GECAM</b>	Groupement des Entreprises du Cameroun
<b>GOPM</b>	Guide d’Organisation Pédagogique et Matérielle
<b>GP</b>	Guide Pédagogique
<b>IGF</b>	Inspection Générale des Formations
<b>MINEFOP</b>	Ministère de l’Emploi et de la Formation Professionnelle
<b>OIF</b>	Organisation Internationale de la Francophonie
<b>OWASP</b>	Open Web Application Security Project
<b>PADESCE</b>	Projet d’Appui au Développement de l’Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l’Emploi
<b>RAST</b>	Rapport d’Analyse de Situation de Travail
<b>RF</b>	Référentiel de Formation
<b>RMC</b>	Référentiel de Métier Compétences
<b>SND30</b>	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
<b>VAE</b>	Validation des Acquis de l’Expérience
<b>WAF</b>	Web Application Firewall

## LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES

N°	NOMS ET PRÉNOM	STRUCTURE	QUALIFICATION	CONTACT
1	BISSOHONG Ingrid	Auto Emploi	Community Manager	656 919 146
2	TIYON Guy	UCAC	Employabilité & Stages	696 412 895
3	BACHIROU ADIB	KULTRA/HITS2NGOLA	Community Manager	672 848 860
4	MALIAGO Ingrid	KAMIT GLAM	Community Manager	672 848 860
5	MOUNGAM Cedric Emmanuel	ESSEC- DOUALA	Enseignant	651586704 /691606219
6	BACHIROU Adib	Auto Emploi	Community Manager	672 848 860
7	OWONO Fanny	Auto Emploi	Community Manager	656 171 424

## TABLE DES MATIÈRES

EQUIPE D'ANIMATION DE L'AST (ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL) .....	I
EQUIPE DE PRODUCTION.....	I
REMERCIEMENTS .....	II
ABREVIATIONS ET ACRONYMES.....	III
LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES .....	IV
TABLE DES MATIÈRES.....	V
INTRODUCTION.....	1
A. PRESENTATION SUCCINCTE DE LA DEMARCHE DE L'INGENIERIE PEDAGOGIQUE, DU REFERENTIEL DE METIER ET DES AUTRES REFERENTIELS ET GUIDES.....	3
B. PRESENTATION SOMMAIRE DU MANDAT ET DE LA DÉMARCHE DE RÉALISATION ...	4
C. PRESENTATION DU METIER ET DE SA SITUATION GENERALE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL .....	7
DESCRIPTION GÉNÉRALE DU MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER.....	7
PREMIERE PARTIE : RESULTATS DE L'ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL (RAST)..	12
I.1. DEFINITION DES TERMES USUELS.....	13
I.2. TABLEAU DES TACHES ET OPERATIONS .....	14
I.3. PROCESSUS DE TRAVAIL .....	16
I.4. CONDITIONS DE REALISATION ET LES CRITÈRES DE PERFORMANCE.....	16
I.5. CONNAISSANCES, HABILITES ET ATTITUDES.....	22
I.6. SUGGESTIONS POUR LA FORMATION.....	24
DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DES COMPETENCES .....	26
II.1. PRESENTATION DE LA NOTION DE COMPETENCE GENERALE ET DE COMPETENCE PARTICULIERE.....	27
II.2. LISTE DES COMPETENCES GENERALES.....	27
II.3. LISTE DES COMPETENCES PARTICULIERES.....	28
II.4. MATRICE DES COMPETENCES.....	28
II.5. TABLE DE CORRESPONDANCE.....	30
COMPÉTENCE 01: COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL .....	30
COMPÉTENCE 02 : PRÉVENIR LES ATTEINTES À L'HYGIÈNE, À LA SANTE, À LA SÉCURITÉ, À L'INTÉGRITÉ PHYSIQUE ET À L'ENVIRONNEMENT.....	31
COMPÉTENCE 04 : APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL.....	32
COMPÉTENCE 05 : EXPLOITER LES ASPECTS LÉGAUX ET ÉTHIQUES .....	33
COMPÉTENCE 06 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS .....	33
COMPÉTENCE 07: ELABORER LES STRATÉGIES DE CONTENU .....	34
COMPÉTENCE 08 : ELABORER LE MIX DIGITAL .....	34
COMPÉTENCE 09 : ORGANISER LES ÉVÉNEMENTS EN LIGNE .....	35
COMPÉTENCE 10: GÉRER UNE PLATEFORME DIGITALE .....	35
COMPÉTENCE 11 : GÉRER LA E- RÉPUTATION .....	36
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....	37

## INTRODUCTION

En janvier 2020, le Cameroun a adopté la Stratégie Nationale de Développement 2020-2030 (SND30) pour la transformation structurelle et le développement inclusif, nouveau cadre de référence pour son action de développement au cours de la décennie 2020-2030. Tout en articulant les engagements internes et internationaux du pays au plan économique, social et environnemental, la SND30 repose sur un certain nombre de piliers parmi lesquels la transformation structurelle de l'économie, qui a identifié des secteurs porteurs, potentiels leviers d'accélération d'une croissance économique forte et inclusive. Ces secteurs sont entre autres : Industrie de l'Energie, Agro-industrie, Numérique, Forêt-Bois, Textile-Confection-Cuir, Mines-Métallurgie-Sidérurgie, Construction-Services-Professionnels, Scientifiques-Techniques, Hydrocarbures-Raffinage-Pétrochimie.

Pour réussir la transformation structurelle de son économie, le Cameroun mise sur le développement du capital humain, qui constitue un facteur clé au développement économique et en particulier à l'industrialisation. En effet, il est indispensable pour une société qui ambitionne de booster son secteur industriel de disposer d'une main d'œuvre suffisante et de bonne qualité. Pour ce faire, il est nécessaire de mettre en œuvre des politiques adéquates dans les domaines de l'éducation et de la formation entre autres. Dans cette optique, le Gouvernement entend accroître l'offre qualitative de formation professionnelle et technique, améliorer l'employabilité où un accent sera mis entre autres sur le renforcement des capacités des travailleurs du secteur informel sur les techniques et technologies innovantes.

D'autre part, les interventions du Gouvernement en ce qui concerne l'axe de **Mise en adéquation formation-emploi et Amélioration du système d'insertion professionnelle**, porteront principalement sur l'adéquation de l'offre de formation aux besoins du secteur productif en main d'œuvre suffisante et de qualité et la mise en place d'un dispositif d'apprentissage.

En effet, la SND30 prescrit en matière de formation professionnelle de s'orienter vers une ingénierie qui prenne en compte les politiques, les outils d'accompagnement et de planification pédagogiques. Ces politiques et outils doivent être de nature à favoriser la mise en œuvre des démarches de conception, d'organisation, d'exécution et d'évaluation des actions de formation. Par conséquent doivent se rapprocher autant que possible des réalités endogènes.

C'est dans l'optique de l'opérationnalisation de ces axes stratégiques que le Gouvernement a initié, avec l'appui de la Banque Mondiale, le **Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi (PADESCE)**. Le PADESCE envisage : (i) d'accroître un accès équitable à une éducation de qualité et la rétention des apprenants dans l'enseignement secondaire général, dans des zones ciblées en mettant un accent sur les filles ; et, (ii) d'améliorer l'accès, la qualité et la

pertinence des programmes de développement des compétences dans certains secteurs économiques de croissance. Il s'agit pour ce dernier objectif de renforcer le développement des compétences adaptées au marché de l'emploi en vue de satisfaire les besoins de certains périmètres stratégiques d'industrialisation du Cameroun en droite ligne des orientations contenues dans la SND30 et principalement dans les secteurs du Bâtiment et Travaux Publics, du Numérique, de l'Energie et de l'Agro-industrie.

Ses axes d'intervention sont structurés autour des sous composantes suivantes :

- Améliorer la pertinence et la qualité des programmes de développement des compétences (Elaboration des référentiels et formation des formateurs)
- Augmenter l'accès équitable aux programmes de développement des compétences (Mécanisme Compétitif de Développement des Compétences)
- Renforcer les capacités institutionnelles du système de développement des compétences (SNDCTP, CNCQ, plateformes d'informations).

Pour ce qui est de la sous-composante dédiée à l'amélioration de la pertinence et de la qualité des programmes de développement des compétences, la mise en place d'un dispositif de formation de qualité répondant aux normes et standards internationaux accessible à tous se fait entre autres à travers l'élaboration de soixante-quatre (**64**) référentiels de formation selon l'ingénierie pédagogique de l'Approche par Compétences (APC), dont dix-neuf (**19**) au **MINESEC** et quarante-cinq (**45**) au **MINEFOP** dans les quatre secteurs du Projet. Cette démarche vise pour l'essentiel à améliorer l'employabilité de ceux qui frappent à la porte du très fluctuant et très exigeant marché de l'emploi, en les dotant des connaissances et compétences les rendant aptes à s'auto employer, ou à s'insérer efficacement dans une chaîne de production des valeurs, des biens et des services nécessaires à l'amélioration des performances économiques dans un cadre local, national ou global donné et ainsi, de contribuer de manière efficiente aux transformations socio-économiques correspondantes.

Dans l'optique de renforcer les capacités internes du MINEFOP en matière d'ingénierie pédagogique de l'APC, les trente (30) premiers référentiels ont été élaborés par l'équipe ministérielle suivant une approche axée sur la formation – action, la qualité des référentiels produits étant assurée par des méthodologues et professionnels expérimentés. L'objectif étant que ces documents pédagogiques soient toujours le reflet de nos réalités contextuelles pour une meilleure appropriation par les organismes de formation et le monde professionnel, en vue d'une meilleure adéquation formation - emploi.

Il a été agréé que parallèlement à l'élaboration des 30 référentiels par l'équipe ministérielle, l'élaboration des 15 derniers, pour le compte de la quatrième génération de la composante 2 du Projet, sera confiée par Appel d'Offre conformément à la réglementation en vigueur à un Cabinet privé justifiant d'une expérience avérée en la matière. S'il est bien mené, le processus viendra ainsi concrétiser la volonté du Gouvernement de doter le système national d'éducation et de formation de nouveaux outils pédagogiques émanant des besoins du système productif et conformes aux normes et standards en la matière et dont les résultats, nous l'espérons, ne tarderont pas à se faire sentir en termes d'emplois décents pour nos jeunes et d'amélioration de la productivité et de la compétitivité de notre économie.



Ainsi compris, le référentiel métier compétence (RMC) dont la présente production est méthodologiquement liée à la démarche en question, se veut un outil pratique de référence à la disposition des formateurs dans le métier de Community Manager.

## **A. PRESENTATION SUCCINCTE DE LA DEMARCHE DE L'INGENIERIE PEDAGOGIQUE, DU REFERENTIEL DE METIER ET DES AUTRES REFERENTIELS ET GUIDES**

L'ingénierie pédagogique est centrée sur les outils et les méthodes conduisant à la conception, à la réalisation et à la mise à jour continue des Référentiels de Formation ou programmes de formation ainsi que des Guides Pédagogiques qui en facilitent la mise en œuvre. L'ingénierie pédagogique est un processus linéaire basé sur trois axes fondamentaux :

1) la détermination et la prise en compte de la réalité du marché du travail, tant sur le plan global (situation économique, structure et évolution des emplois) que sur un plan plus spécifique, liées à la description des caractéristiques d'un métier et à la formulation des compétences attendues pour l'exercer. Il s'agit du Référentiel de Métier – Compétences ;

2) le développement du support pédagogique tel que le Référentiel de Formation, le Référentiel d'Évaluation, divers documents d'accompagnement destinés à appuyer la mise en œuvre locale et à favoriser une certaine standardisation de la formation (Guides d'Organisation Pédagogiques, Guides d'Organisation Pédagogiques et Matérielle) ;

3) la mise en place, dans chaque Structure de formation, d'une approche pédagogique centrée sur la capacité de chaque apprenant à mobiliser ses connaissances dans la mise en œuvre des compétences liées à l'exercice du métier choisi.

Plus précisément, la démarche d'ingénierie en APC prend appui sur la réalité des métiers en ce qui concerne :

- Le contexte général (l'analyse du marché du travail et les études de planification) ;
- La situation de chaque métier (l'Analyse de Situation de Travail) ;
- La formulation des compétences requises et la prise en considération du contexte de réalisation propre à chaque métier (le Référentiel de Métier-Compétences) ;
- La conception de dispositifs de formation inspirés de l'environnement professionnel ;

- La détermination du niveau de performance correspondant au seuil du marché du travail ;
- L'élaboration des Référentiels de Formation et d'Évaluation basés essentiellement sur les compétences requises pour exercer chacun des métiers ciblés ;
- La production, la diffusion et l'implantation de guides et de supports pédagogiques ;
- La mise en place de diverses mesures de formation et de perfectionnement destinées à appuyer le personnel des structures de formation ;
- La révision de la démarche pédagogique (formation centrée sur l'apprenant par le développement de compétences) ;
- La disponibilité de locaux et équipements permettant de créer un environnement de formation semblable à l'environnement de travail ;
- La collaboration avec le milieu du travail (exécution des stages, alternance Ecole - Entreprise, ...).

En effet, l'APC repose sur deux grands paliers conduisant successivement au Référentiel de Métier-Compétences et au Référentiel de Formation.

Les déterminants (éléments essentiels) disponibles qui mènent au premier palier sont les données générales sur le métier tiré des études de planification, l'ensemble de la documentation disponible ainsi que les résultats du RAST. Quant au deuxième palier, les déterminants sont tirés du RMC, à savoir la matrice de compétences et la table de correspondance.

En mettant à contribution ces éléments et particulièrement les descriptions des tâches, opérations, processus, habiletés, attitudes et comportements généraux, on arrive à déterminer les compétences retrouvées dans le Référentiel de Métier – Compétences et celles développées dans le Référentiel de Formation.

## **B. PRESENTATION SOMMAIRE DU MANDAT ET DE LA DÉMARCHE DE RÉALISATION**

Le Référentiel Métier – Compétences (RMC) a comme première finalité de tracer le portrait le plus fidèle possible de la réalité d'un métier et de déterminer les compétences

requis pour l'exercer. Élaboré dans le cadre du développement d'un Référentiel de formation professionnelle, le Référentiel de Métier - Compétences sert ensuite d'assise à la structure du futur référentiel de formation. Il peut également être utilisé comme document de base pour mettre en place une démarche d'apprentissage en milieu de travail. Utilisé à la fois aux fins de formation et d'apprentissage, le RMC contribue à assurer des bases similaires aux deux modes de développement des compétences (formation et apprentissage) et facilite la certification et la reconnaissance des compétences. En cette matière, il balise ainsi la voie à la mise en place d'un système de Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

Le Référentiel de Métier – Compétences se réalise en deux étapes :

- **la production de l'Analyse de la Situation de Travail (AST) ;**
- **la détermination des Compétences liées au métier.**

La description exhaustive des composantes et des caractéristiques d'un métier (portrait) est réalisée au moyen du RAST. Dans le cas du métier de Community Manager, l'AST s'est déroulée du 12 au 13 juin 2024, dans la région du Centre. Elle a regroupé les représentants d'Entreprises nationales des secteurs formel et informel.

En termes de démarche globale, il s'est agi : i) d'identifier les cibles à rencontrer (employeurs, employés, formateurs, etc.), (ii) d'élaborer des questionnaires spécifiques, sur la base du questionnaire général, (iii) de produire le RAST, (iv) d'organiser un atelier de validation des résultats du RAST, (v) de rédiger le RMC. Les membres des focus groupes sont des acteurs rencontrés et des experts-métiers invités. Chaque groupe était animé par un méthodologue.

Comme il a déjà été mentionné, l'élaboration d'une compétence résulte d'une démarche de conception ou de dérivation qui doit respecter les principaux déterminants issus des travaux antérieurs, le RAST en particulier, et présenter, sous forme d'énoncé, une compétence qui soit représentative de la démarche d'exécution d'une ou de plusieurs tâches ou qui est associée à la réalisation d'une activité de travail ou de vie professionnelle.

Les compétences présentées dans ce Référentiel de Métier – Compétences assurent une couverture complète des tâches et des opérations rattachées au métier de Community Manager (niveau Technicien). Cette activité est certainement l'une des plus complexes de la production d'un Référentiel de Métier – Compétences ou de la réalisation d'un programme de formation.

Deux outils ont été utilisés pour faciliter le travail de l'équipe de production et la présentation de la démarche de conception ainsi que pour documenter systématiquement chaque étape de production. Ces outils, que sont : la **Matrice des compétences** et la **Table de correspondance**, seront par la suite complétées et utilisées tout au long de la conception des référentiels de formation et d'évaluation, ainsi que des différents guides. Ils permettront de conserver l'unité de la conception et la continuité du traitement de l'information relative à chaque compétence retenue. La matrice des compétences sera par la suite transposée en matrice des objets de formation lors de la production du référentiel de formation.

Le Référentiel de Métier - Compétences mènera plus tard à la réalisation des documents pédagogiques (référentiel de formation, référentiel d'évaluation, documents et guides d'accompagnement).

Toutes les étapes de réalisation de ces documents seront confiées à une équipe de production composée de spécialistes, d'experts en méthodologie en APC, de formateurs d'expérience et de spécialistes du métier.

**Le Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST)** est une étape importante dans le processus de développement d'un Référentiel de formation professionnelle selon l'Approche par Compétences (APC). Elle implique les professionnels qui apportent des réponses appropriées aux besoins de formation. L'Analyse de Situation de Travail est une étape importante, participative qui encourage les partenariats entre les entreprises de toutes tailles (TPE, PME PMI, etc.), les organisations professionnelles et les structures de formation professionnelle. Cette implication interpelle les différents acteurs afin qu'ils participent activement à la mise en œuvre des projets de formation professionnelle pour l'emploi.

Le présent Référentiel de Métier – Compétences décrit les activités que l'apprenant exercera dans sa vie professionnelle dès la fin de sa formation. Il sert de point de repère commun aux différents acteurs des milieux socio-professionnels, aux formateurs, aux Structures de Formation et même aux différents Services en charge de la Gestion centrale de la Formation Professionnelle. Il comprend :

**Partie 1. Les résultats du Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST) :**

- a) Les définitions,
- b) Le tableau des tâches et opérations,

- c) Le processus de travail,
- d) Les conditions de réalisation et les critères de performance,
- e) Les connaissances, habiletés et attitudes,

**Partie 2 : La présentation des compétences du référentiel :**

- a) La présentation de la notion de compétence,
- b) La liste des compétences particulières,
- c) La liste des compétences générales,
- d) La matrice des compétences,
- e) La table de correspondance.

**C. PRESENTATION DU METIER ET DE SA SITUATION GENERALE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL**

Le métier de Community Manager consiste à développer et gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu) sur Internet. Il s'agit d'un expert des communautés web, travaillant principalement en agence de communication, agence numérique, pour un annonceur ou une entreprise. Les principales missions incluent la création et la fédération d'une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun, la création de contenus pour les réseaux sociaux, l'animation de la communauté, l'analyse des données, et la mise en place de stratégies numériques sur chaque réseau. Le Community Manager doit également appliquer les règles de bonne conduite au sein de sa communauté, telles que la protection des données des utilisateurs et le respect de la netiquette

**DESCRIPTION GÉNÉRALE DU MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER**

TITRES	DESCRIPTIONS
<p><b>Définition du métier</b></p>	<p>Un Community Manager ou gestionnaire de communauté est un professionnel chargé d'animer et gérer les communautés en ligne pour le compte d'une organisation, d'une marque, ou d'un individu. Son rôle est de développer et de maintenir une présence positive et engageante sur les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne, en interagissant avec les utilisateurs et en créant du contenu pertinent</p> <p>Ses principales missions sont les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer un contenu, c'est-à-dire élaborer des messages, des images, des vidéos, et d'autres types de contenu pour les réseaux sociaux ;</li> <li>- Gérer les réseaux sociaux c'est-à-dire administrer les comptes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.), planifier et diffuser les contenus, publier du contenu ;</li> <li>- Animer la communauté c'est-à-dire interagir avec les abonnés, répondre aux commentaires et aux messages, animer les discussions ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer la communauté c'est-à-dire sponsoriser les pages, ciblage ;</li> <li>- Assurer la modération des commentaires et des discussions pour maintenir une atmosphère positive et respectueuse ;</li> <li>- Analyser les performances c'est-à-dire utiliser les outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des campagnes et des publications, et ajuster les stratégies en conséquence ;</li> <li>- Faire la veille concurrentielle c'est-à-dire suivre les tendances du secteur, les activités des concurrents, et les discussions autour de la marque ;</li> <li>- Planifier les posts c'est-à-dire planifier et organiser la publication de contenus sur les différents canaux sociaux ;</li> <li>- Gérer la e-réputation c'est-à-dire corriger la communication en ligne.</li> </ul>
<p><b>Evolution du métier</b></p>	<p>L'évolution technologique a élargi le champ d'action des Community Manager, augmentant à la fois les opportunités et les défis associés à ce rôle. Ils doivent désormais maîtriser une gamme étendue d'outils et de compétences pour répondre aux attentes croissantes des utilisateurs et contribuer efficacement aux objectifs de l'entreprise.</p> <p>Évolutions Technologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseaux sociaux et plateformes de communication :</li> <li>• Outils de gestion et d'analyse :</li> <li>• Automatisation et intelligence artificielle (IA) :</li> <li>• Marketing de contenu et SEO :</li> <li>• Sécurité et confidentialité :</li> </ul> <p>Conséquences sur le métier du Community Manager</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Complexité et compétences multiples :</li> <li>• Engagement et interactions en temps réel :</li> <li>• Gestion de la réputation :</li> <li>• Analyse de performance:</li> <li>• Évolution du rôle :</li> </ul>
<p><b>Conditions d'accès à la formation</b></p>	<p>L'accès à la formation est ouvert aux personnes des deux sexes remplissant les conditions ci-après :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Être âgé d'au moins dix-sept ans ;Avoir le niveau Terminale;</li> <li>• Avoir le niveau de la classe de terminale ;</li> <li>• Être titulaire d'un DQP en Informatique avec une expérience d'au moins 3 ans dans le domaine ;</li> <li>• Subir avec succès à un test de sélection à l'entrée en formation.</li> </ul> <p>Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis.</p>
<p><b>Secteur d'activités</b></p>	<p>Son rôle s'étend à divers secteurs d'activité, chacun présentant des spécificités et des défis uniques (marketing et publicité, technologie et startups, mode et Beauté, médias et divertissement, commerce de détail et E-commerce, éducation, santé et Bien-être, Secteur non lucratif et associations, tourisme et hôtellerie, jeux vidéo).</p>

<b>Fonctions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animation de la communauté en ligne,</li> <li>• Création de contenus adaptés,</li> <li>• Analyse des données,</li> <li>• Gestion de l'e-réputation,</li> <li>• Coordination des activités sur les réseaux sociaux.</li> </ul>
<b>Nature du travail</b>	<b>Champ professionnel</b> : Animation des communautés en ligne
	<b>Type d'emploi occupé</b> : Technicien
	<b>Classification type/Catégorie</b> : Catégorie 8
	<b>Types de produits, de résultats ou de services</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicité en ligne</li> <li>• Visibilité du produit ou de la marque</li> <li>• Configuration des comptes et profils dans les médias sociaux etc..</li> </ul>
<b>Evolution technologique</b>	<p>L'évolution technologique a un impact significatif sur le métier de Community Manager. D'une part, elle crée de nouvelles opportunités pour les attaques et les vulnérabilités, car de nouveaux systèmes, applications et infrastructures émergent constamment. Les Community Managers doivent donc rester constamment à jour sur les dernières technologies et tendances en matière de sécurité pour comprendre les nouvelles méthodes d'attaque potentielles. D'autre part, l'évolution technologique offre également de nouveaux outils et techniques aux Community Managers pour renforcer la sécurité. Par exemple, l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique peuvent être utilisés pour détecter les anomalies et les comportements suspects, tandis que l'automatisation peut accélérer les tests de sécurité. Cependant, les technologies émergentes, telles que l'Internet des objets (IoT) et l'intelligence artificielle, présentent également de nouveaux défis en matière de sécurité, nécessitant une compréhension approfondie des risques potentiels.</p>
<b>Technologies utilisées</b>	<p>Le Community Manager utilise les réseaux sociaux, les plateformes professionnelles, les outils de communication et de création, ainsi que des outils de veille et d'analyse pour gérer la présence en ligne de l'entité...</p>
<b>Conditions de travail</b>	<b>Lieux de travail</b> : Entreprise
	<b>Types d'entreprise</b> : Établissement, PME, sociétés, coopératives, GIC, etc.
	<p>Les conditions de travail d'un Community Manager varient en fonction de plusieurs facteurs, y compris l'employeur, le type de contrat.</p> <p>Le Community Manager est souvent confronté à des horaires flexibles, car il doit s'adapter aux besoins et aux contraintes des clients. Il peut être amené à travailler en dehors des heures de travail normales pour éviter les interruptions des tests d'intrusion sur les systèmes en production. Le travail peut être intense et exigeant, car le Community Manager est souvent confronté à des délais serrés.</p>
	<b>Environnement technique</b> : <b>Processus de travail</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifier le travail</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effectuer le travail en respectant les mesures de sécurité</li> <li>• Contrôler la qualité du travail</li> <li>• Consigner et transmettre l'information</li> </ul> <p><b>Technologies utilisées :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateformes de gestion des médias sociaux</li> <li>• Outils d'analyse des données</li> <li>• Outils de gestion de campagnes publicitaires</li> <li>• Logiciels spécialisés : Notion ; canva</li> <li>• Plateforme : Google Ads, Meta, Business Sweet</li> <li>• Outils de gestion des sites : Answer The Public, WordPress</li> <li>• Outils de gestion de projets</li> <li>• Outils de création des contenus</li> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données</li> </ul> <p><b>Responsabilité et autonomie</b> C'est la taille de l'entreprise qui détermine le degré de liberté du professionnel. Dans les entreprises plus importantes, il opère sous les ordres d'un chef d'entreprise.</p> <p><b>Conditions d'exercice</b> L'activité nécessite de maintenir des attitudes de concentration permanente, des positions particulières (debout, penché, accroupi, etc.). Il peut impliquer des ports de charges.</p> <p><b>Facteurs de stress</b> Les sources de stress sont liées à la pression, la charge du travail et au poids des responsabilités.</p> <p><b>Santé et sécurité</b> Le travail prolongé sur écran est à l'origine des troubles musculosquelettiques (TMS). Les observations cliniques des médecins du travail montrent chez les professionnels de la filière la fatigue mentale, symptômes d'épuisement, troubles dépressifs, anxiété le respect des normes de sécurité individuelle en milieu de travail (usage des luminosités, etc.) et le respect des normes de sécurité collectives.</p>
<p><b>Conditions d'entrée dans le marché du travail</b></p>	<p>L'accès au métier passe généralement par les offres d'emplois qui sont publiées à travers divers canaux de diffusion, notamment la presse écrite, la radio et même la télévision. De plus en plus, ces offres sont également diffusées sur le réseau internet dans des sites spécialisés. Enfin, certaines entreprises recourent aux services de cabinets de recrutement dont le fonctionnement est régi par une réglementation fixée par le Ministère des Postes et Télécommunications.</p> <p>Le technicien ou la technicienne spécialisé en Community Manager peut</p>



	<p>être recruté à partir du DTS en marketing digital ; Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis. En plus du diplôme requis, les employeurs peuvent également demander une expérience préalable dans le domaine de la l'animation des communautés en ligne.</p>
--	---

**PREMIERE PARTIE : RESULTATS DE L'ANALYSE DE SITUATION  
DE TRAVAIL (RAST)**

## I.1. DEFINITION DES TERMES USUELS

<b>Processus de travail</b>	Le processus de travail vise à mettre en évidence les principales étapes d'une démarche logique pour l'exécution de l'ensemble des tâches d'un métier ou d'une profession.
<b>Tâches</b>	Les tâches sont les actions qui correspondent aux principales activités de l'exercice du métier analysé. Une tâche est structurée, autonome et observable. Elle a un début déterminé et une fin précise. Dans l'exercice d'un métier, qu'il s'agisse d'un produit, d'un service ou d'une décision, le résultat d'une tâche doit présenter une utilité particulière et significative.
<b>Sous-tâches</b>	Les sous-tâches sont les décompositions d'une tâche.
<b>Opérations</b>	Actions qui décrivent les étapes de réalisation d'une tâche et permettent d'établir le « comment » pour l'atteinte des résultats. Elles sont liées surtout aux méthodes et aux techniques utilisées ou aux habitudes de travail existantes.
<b>Conditions de réalisation</b>	Elles font généralement trait à l'environnement de travail, aux données ou aux outils utilisés lors de la réalisation d'une tâche et elles ont été recueillies pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Plus particulièrement, elles renseignent sur des aspects tels que <ul style="list-style-type: none"><li>- Le degré d'autonomie (travail individuel, travail supervisé ou autonome);</li><li>- Les références utilisées (manuels des fabricants ou des constructeurs, documents techniques, formulaires, autres) ;</li><li>- Le matériel et équipement utilisés (matières premières, outils et appareils, instruments, équipement, autres) ;</li><li>- Les consignes particulières (précisions techniques, bons de commande, demandes de clientes ou clients, données ou informations particulières, autres) ;</li><li>- Les conditions environnementales (travail à l'intérieur ou à l'extérieur, risques d'accidents, produits toxiques, autres) ;</li><li>- Les activités ou tâches préalables, parallèles ou subséquentes (préalables à la réalisation de la tâche, en coordination avec d'autres tâches, en lien avec des tâches subséquentes).</li></ul>

<p><b>Critères de performance</b></p>	<p>Ce sont des exigences concernant la réalisation de chaque tâche. Ils permettent d'évaluer, si la tâche est effectuée de façon satisfaisante ou non. Ils sont recueillis pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Ces critères correspondent à un ou des aspects observables et mesurables essentiels à la réalisation d'une tâche. Ils renseignent sur des aspects tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La quantité et la qualité du résultat (nombre de pièces, précision du travail, seuil de tolérance, autres);</li> <li>- L'application des règles relatives à la santé et sécurité (respect des normes, port d'accessoires et de vêtements protecteurs, mesures de sécurité et d'hygiène, autres) ;</li> <li>- L'autonomie (degré de responsabilité, degré d'initiative, réaction devant les situations imprévues, autres) ;</li> <li>- La rapidité (vitesse de réaction, durée d'exécution, autre).</li> </ul>
---------------------------------------	--

## I.2. TABLEAU DES TACHES ET OPERATIONS

Le tableau des tâches et des opérations présentées ci-après est le résultat d'un consensus des professionnels du métier. Dans le tableau, les tâches (l'axe vertical), sont numérotées d'un à six. Les opérations associées à chacune des tâches se trouvent à l'horizontal.

Aux fins de l'exercice, le tableau des tâches et des opérations définit le portrait du métier Community Manager au moment de l'analyse de la situation de travail. Le niveau de référence considéré est celui de l'entrée sur le marché de l'emploi.

Suite à l'identification des tâches et des opérations, l'ordonnancement général a été fait par consensus et proposé pour adoption par consensus. Les discussions avec les professionnels du métier laissent cependant comprendre que dans la pratique, bon nombre des tâches et opérations sont « dynamiques ». Elles sont parfois réalisées sans ordonnancement spécifique, au regard de la charge de travail journalière, des modalités prescrites par le chef d'atelier ou des priorités présentes en termes d'exécution des travaux.

## Tableau des tâches et des opérations

TÂCHES	OPÉRATIONS			
<b>1. Préparer un plan d'action</b>	1.1. Décrire le « buyer persona »	1.2. Choisir les différentes plates formes digitales	1.3. Elaborer la ligne éditoriale	1.4. Elaborer le calendrier éditorial
	1.5. Identifier les activités spécifiques	1.6. Identifier les éléments du budget		
<b>2. Créer le contenu</b>	2.1 Faire le brainstorming créatif	2.2 Maitriser le copywriting	2.3 Utiliser les outils de création basiques (Ishot, Canva, Capcut, Mojo...)	2.4 Réaliser le story board
	2.5 Réaliser les techniques de prise d'image			
<b>3. Mettre en oeuvre les événements en ligne</b>	3.1. Déterminer le type d'évènement	3.2 Planifier l'évènement	3.3 Déterminer les plates formes	3.4 Contacter les intervenants
	3.5 S'assurer de la disponibilité des outils	3.6 communiquer autour de l'évènement	3.7 Réaliser l'évènement	3.8 Faire le rapport de l'évènement
<b>4. Animer les réseaux sociaux</b>	4.1 Diffuser les contenus en ligne	4.2 Interagir avec la communauté	4.3 Analyser les statistiques	4.4 Susciter l'engagement des internautes
<b>5. Faire le reporting</b>	5.1. Déterminer les indicateurs	5.2 Sélectionner les outils d'analyse	5.3 Générer les données	5.4 Analyser les données
	5.5 Interpréter les données			
<b>6. Gérer les crises</b>	6.1. Effectuer le monitoring des pages	6.2. Réaliser le news jacking	6.3. Diagnostiquer la crise	6.4. Proposer un plan de résolution de la crise
	6.5. Effectuer le Fact- Checking			

### **I.3. PROCESSUS DE TRAVAIL**

Le processus de travail vise à mettre en évidence les principales étapes d'une démarche logique pour l'exécution de l'ensemble des tâches d'une profession ou d'un métier.

Le processus de travail suivant est recommandé pour le métier de Community Manager, en raison des tâches retenues et de leur ordonnancement par les participants au focus group. Le processus présenté est assez générique pour coller aux différentes situations de travail des diverses fonctions du domaine :

- Planifier le travail
- Effectuer le travail en respectant les mesures de sécurité ;
- Contrôler la qualité du travail
- Rendre compte

### **I.4. CONDITIONS DE REALISATION ET LES CRITÈRES DE PERFORMANCE.**

#### **• Les conditions de réalisation**

Les conditions de réalisation d'une tâche ont généralement trait à l'environnement de travail, aux données ou aux outils utilisés lors de la réalisation d'une tâche et elles ont été recueillies pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Plus particulièrement, elles renseignent sur des aspects tels que :

- Le degré d'autonomie (travail individuel ou en équipe, travail supervisé ou autonome);
- Les références utilisées (manuels des fabricants ou des constructeurs, documents techniques, formulaires, autres) ;
- Le matériel et équipement utilisés (matières premières, outils et appareils, instruments, équipement, autres) ;
- Les consignes particulières (précisions techniques, bons de commande, demandes de clientes ou clients, données ou informations particulières, autres);
- Les conditions environnementales (travail à l'intérieur ou à l'extérieur, risques d'accidents, produits toxiques, autres);
- Les activités ou tâches préalables, parallèles ou subséquentes (préalables à la réalisation de la tâche, en coordination avec d'autres tâches, en lien avec des tâches subséquentes).

- **Les critères de performance**

Ce sont des exigences concernant la réalisation de chaque tâche. Ils permettent d'évaluer, si la tâche est effectuée de façon satisfaisante ou non. Ils sont recueillis pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Ces critères correspondent à un ou des aspects observables et mesurables essentiels à la réalisation d'une tâche. Ils renseignent sur des aspects tels que :

- La quantité et la qualité du résultat (nombre de pièces, précision du travail, seuil de tolérance, autres);
- L'application des règles relatives à la santé et sécurité (respect des normes, port d'accessoires et de vêtements protecteurs, mesures de sécurité et d'hygiène, ...);
- L'autonomie (degré de responsabilité, degré d'initiative, réaction devant les situations imprévues, );
- La rapidité (vitesse de réaction, durée d'exécution ...).

Les conditions de réalisation et critères de performance correspondant à chacune des tâches sont résumés dans les tableaux ci-après :

<b>Tâche 1 – Préparer un plan d'action</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<b>Critères de performance</b>
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail individuel ou en équipe ou sous la supervision du supérieur hiérarchique.</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blogs et sites web</li> <li>• Livres</li> <li>• Podcasts</li> <li>• Cours et formations en ligne</li> <li>• Outils et plateformes</li> <li>• etc.</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b> Etablir une stratégie claire, être actif et réactif, favoriser l'engagement, surveiller et mesurer, respecter les normes éthiques et légal, etc</p> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Description du public cible</li> <li>• Définition correcte du positionnement du « buyer persona »</li> <li>• Évaluation correcte des performances individuelles des publications</li> <li>• Évaluation correcte de de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications</li> <li>• Identification judicieuse des publications les plus performantes</li> <li>• Calcul correct du retour sur investissement</li> <li>• Préparation du plan d'actions détaillé avec les activités spécifiques</li> </ul>

<p>L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils d'analyses, la disponibilité des ressources réseau, etc.</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données</li> <li>• Dashboard.</li> </ul>	
--	--

<b>Tâche 2– Créer le contenu</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<b>Critères de performance</b>
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail en équipe / Travail supervisé</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La démarche qualité de l'entreprise</li> <li>• Etudes de marché</li> <li>• Livres spécialisés</li> <li>• Articles de recherche</li> <li>• Blogs d'experts</li> <li>• Exemples de stratégies réussies mises en œuvre par d'autres entreprises.</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b> À partir des consignes de la hiérarchie, des orientations de l'expert, des méthodes et du respect de consignes de sécurité.</p> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b> Dans un bureau, sur le terrain</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition exacte des objectifs</li> <li>• Identification correcte de la cible</li> <li>• Analyse correcte du marché</li> <li>• Définition correcte du positionnement du produit</li> <li>• Choix judicieux des canaux</li> <li>• Elaboration correcte du budget</li> <li>• Elaboration détaillée du plan d'action</li> <li>• Définition correcte des indicateurs</li> </ul>



Tâche 3 – Mettre en oeuvre les événements en ligne	
Conditions de réalisation	Critères de performance
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail individuel ou en équipe</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Livres</li> <li>• Blogs et Sites Web</li> <li>• Cours et Formations en Ligne</li> <li>• Articles et Études de Cas</li> <li>• Associations Professionnelles</li> <li>• Outils et Plateformes</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b> Préparation Surveillance Communication Initiale Transparence et Authenticité Communication Continue Surveillance et Réponses Évaluation Post-Crise</p> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b> L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations.</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateformes de gestion des médias sociaux</li> <li>• Outils d'analyse des données</li> <li>• Outils de gestion de campagnes publicitaires</li> <li>• Outils de gestion des sites</li> <li>• Outils de création des contenus</li> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluation correcte de l'impact et la portée de l'événement</li> <li>• Evaluation judicieuse des retours financiers de l'événement</li> <li>• Mesure correcte de l'engagement social</li> <li>• Evaluation correcte des objectifs initialement fixés</li> <li>• Informations précieuses sur la qualité et l'impact de l'événement.</li> <li>• Évaluation correcte de l'impact de l'événement</li> </ul>

<b>Tâche 4 – Animer les réseaux sociaux</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<b>Critères de performance</b>
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail individuel ou en équipe.</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blogs et Articles de l'Industrie</li> <li>• Cours et Formations en Ligne</li> <li>• Livres et ressources spécialisées</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b> Consignes spécifiques données par le client ou l'organisation. Respect des consignes et suivi des directives fournies concernant les systèmes à tester, les méthodes à utiliser, les horaires de test, les restrictions, etc.</p> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b> L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils de test, la disponibilité des ressources réseau, etc.</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateformes de gestion des médias sociaux</li> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Croissance minutieuse de la Communauté</li> <li>• Conversion et acquisition correcte</li> <li>• Évaluation judicieuse du sentiment général des utilisateurs</li> <li>• Évaluation correcte des performances individuelles des publications</li> <li>• Évaluation correcte de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications</li> <li>• Identification judicieuse des publications les plus performantes</li> <li>• Calcul correct du retour sur investissement</li> </ul>

Tâche 5 – Faire le reporting	
Conditions de réalisation	Critères de performance
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail individuel ou en équipe.</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Livres</li> <li>• Blogs et sites Web</li> <li>• Cours et formations en ligne</li> <li>• Articles et Études de cas</li> <li>• Associations professionnelles</li> <li>• Outils et plateformes</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b> Analyser le contexte et la clientèle potentielle Suivre et analyser les indicateurs de performance Mesurer et analyser les performances en Marketing Digital Utiliser la Business Intelligence pour analyser les données</p> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b> L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations.</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateformes de gestion des médias sociaux</li> <li>• Outils d'analyse des données</li> <li>• Outils de gestion de campagnes publicitaires</li> <li>• Outils de gestion des sites</li> <li>• Outils de gestion de projets</li> <li>• Outils de création des contenus</li> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélection des outils d'analyse web</li> <li>• Collecte rigoureuse des données de campagnes de marketing digital</li> <li>• Utilisation efficace des outils d'analyse web</li> <li>• Evaluation rigoureuse des performances des canaux de marketing digital</li> <li>• Identification précise des tendances, des opportunités et des problèmes potentiels</li> <li>• Rédaction analytique des rapports et des présentations</li> <li>• Communication claire des résultats</li> </ul>

Tâche 6 – Gérer les crises	
Conditions de réalisation	Critères de performance
<p><b><u>Autonomie</u></b> Travail en équipe.</p> <p><b><u>Références</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blogs et Sites Web</li> <li>• Livres</li> <li>• Podcasts</li> <li>• Cours et Formations en Ligne</li> <li>• Outils et Plateformes</li> <li>• etc.</li> </ul> <p><b><u>Consignes particulières</u></b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification et Stratégie</li> <li>• Engagement et Interaction</li> <li>• Suivi et Analyse</li> <li>• Optimisation</li> <li>• Éthique et Conformité</li> </ul> </div> <p><b><u>Conditions environnementales</u></b> L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations.</p> <p><b><u>Matériel/moyens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateformes de gestion des médias sociaux</li> <li>• Ordinateurs</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion Internet</li> <li>• Supports de stockage des données</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pourcentage correct du taux d'engagement</li> <li>• Calcul correct du nombre de visites</li> <li>• Taux correct des conversions</li> <li>• Evaluation correcte des coûts et retour sur investissement de la campagne</li> <li>• Evaluation judicieuse de la qualité et la satisfaction des utilisateurs</li> <li>• Analyse correcte des données démographiques et comportementales des utilisateurs</li> <li>• Analyse minutieuse des performances des différents types de contenu</li> </ul>

### **I.5. CONNAISSANCES, HABILITES ET ATTITUDES.**

L'atelier d'Analyse de Situation de Travail a permis entre autres, la mise en évidence des connaissances, des habiletés, et des attitudes requises ou souhaitées pour l'exécution des tâches étudiées. Les Connaissances, habiletés et attitudes sont des valeurs transférables c'est-

à-dire qu'elles sont applicables dans une variété de situations similaires. On ne peut donc les limiter à une seule tâche ou à une seule fonction. Ce sont des valeurs transversales entre les différentes fonctions d'un métier.

Les comportements se rapportent :

- A la dimension personnelle (compréhension de ses propres sentiments et émotions, résolution de conflits internes, autres) ;
- A la dimension interpersonnelle (communiquer avec les autres, motiver les autres et les intéresser, animer un groupe, autres) ;
- Aux attitudes ayant trait à la santé et à la sécurité, aux relations humaines, à l'éthique professionnelle, à d'autres éléments ;
- Aux attitudes ayant trait : aux réflexes physiques, aux réflexes mentaux, à la façon d'agir dans des situations de travail particulières, à d'autres éléments.

Les participants ont été unanimes pour accorder le plus haut degré d'importance aux attitudes telles que l'esprit positif, l'endurance, la persévérance, le sens de l'ordre, l'intégrité et l'honnêteté. Les attitudes telles que le calme, la discipline et la capacité d'assimilation sont considérées comme des attitudes importantes toujours au regard de la nature particulière du métier.

Le tableau suivant met en évidence les connaissances, habiletés psychomotrices, habiletés cognitives, habiletés perceptives et attitudes.

Connaissances	Habiletés	Attitudes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance des techniques (analyse, conception et développement)</li> <li>• Notions de base en marketing fondamental</li> <li>• Notions de base en Publicité</li> <li>• Capacité de résolution logique de problème</li> <li>• Connaissance globale en informatique</li> </ul>	<p><b>Habiletés cognitives :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Résolution de problèmes,</li> <li>- Capacité d'analyse,</li> <li>- Capacité de synthèse,</li> <li>- Conception de stratégies</li> <li>- Explication de modes et de principes de fonctionnement ;</li> <li>- Planification d'activités,</li> <li>- Prise de décision,</li> <li>- Fréquence d'exécution,</li> <li>- Autres...</li> </ul> <p><b>Habiletés psychomotrices :</b></p>	<p><b>Sur le plan personnel, les attitudes peuvent avoir trait :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- À la gestion du stress,</li> <li>- À la communication,</li> <li>- À la motivation des autres,</li> <li>- À la démonstration d'une attitude d'ouverture,</li> <li>- Au respect des autres</li> <li>- A la ponctualité</li> <li>- A l'honnêteté</li> <li>- A l'intégrité</li> <li>- A l'attitude positive</li> </ul>

Connaissances	Habilités	Attitudes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lire, comprendre et exploiter les documentations officielles</li> <li>• Langue anglaise / française (communication)</li> <li>• Règles sur qualité, hygiène, sécurité et environnement</li> <li>• Capacité d'écoute pour comprendre et apprendre</li> <li>• Connaissance des équipements informatiques</li> <li>• Législation de travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manipulation d'outils,</li> <li>- Degré de dextérité,</li> <li>- Degré de coordination,</li> <li>- Qualité des réflexes,</li> <li>- Autres.</li> </ul> <p><b>Habilités perceptives :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perception de couleurs, de formes, de signes, de signaux, de codes ;</li> <li>- Perception d'odeurs afin de percevoir un danger de court-circuit ;</li> <li>- Perception, distinction de variations d'un fini, d'aspérités, d'uniformité ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A l'entrepreneuriat</li> <li>- A la passion</li> <li>- A la sociabilité</li> <li>- A la rigueur</li> <li>- A la responsabilité</li> <li>- A la recherche de perfectionnement</li> <li>- A l'esprit d'initiative / autonomie/</li> <li>- Au contrôle de ses sentiments et émotions,</li> <li>- A la résolution de conflits internes ;</li> <li>- Autres...</li> </ul>

## I.6. SUGGESTIONS POUR LA FORMATION.

L'Analyse de Situation de Travail a permis de recueillir des suggestions concernant la formation au métier de Community Manager. Les principaux aspects qui ont fait l'objet de suggestions sont les suivants :

- Les modalités de formation (moyens didactiques, informatique, activités des apprenants, etc.).
- Les stages en entreprise (modalités, durée, fréquence).
- Les connaissances fondamentales.
- L'évaluation et la reconnaissance des acquis de l'expérience qui est une autre voie d'accès à la certification.
- La formation initiale qui regroupe un contenu de formation obligatoire.

Ainsi, il a été mentionné que :

- La formation doit être davantage axée sur la pratique et les réalités des animations de la communauté en ligne.

- Les formateurs doivent être des professionnels ayant de l'expérience.
- Le matériel et l'équipement utilisés au centre doivent être représentatifs des pratiques en entreprises.
- Les apprenants doivent se familiariser avec la réalité du terrain par le biais de visites et de stages en entreprise.
- Appliquer les règles de conduite en entreprise au centre de formation, et développer l'autodiscipline, la responsabilisation des apprenants.
- Développer chez les futurs lauréats le souci de concilier la qualité et le rendement satisfaisant des prestations.
- Développer chez les apprenants le sens de l'initiative et l'autonomie.
- Former les apprenants à s'adapter au changement et à l'innovation.
- Développer leur capacité à être responsable de tout ce qui se passe sur les postes de travail.
- Montrer la meilleure méthode et manière pendant qu'ils effectuent les opérations.
- Développer la polyvalence dans la formation, pour permettre aux apprenants d'exécuter différentes opérations sur une variété d'équipements.
- Les formateurs doivent suivre des formations continues en entreprises et dans les structures spécialisées pour être à jour des innovations technologiques et pédagogiques.
- Tous sont d'avis qu'une ou qu'un lauréat a besoin d'une période d'intégration dans l'entreprise avant de pouvoir prendre en charge la totale responsabilité de son poste de travail.
- La connaissance de l'anglais et du français ainsi que la capacité de pouvoir lire et comprendre des documents écrits et technique sont des éléments importants pour exercer le métier, sans oublier les connaissances fondamentales de secourisme et de premiers soins, les connaissances en calculs professionnels sont incontournables.

Aussi, les entreprises sont disposées à recevoir les apprenants pour des stages d'imprégnation, d'une durée variant d'un (01) à trois (03) mois. Certaines d'entre elles en reçoivent déjà dans le cadre de stages académiques et professionnels.

## **DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DES COMPETENCES**



## II.1. PRESENTATION DE LA NOTION DE COMPETENCE GENERALE ET DE COMPETENCE PARTICULIERE

**La compétence** correspond à un savoir agir reconnu dans un environnement et dans le cadre d'une méthodologie définie.

Les professionnels du métier expriment leurs manières d'agir, autrement dit leurs compétences, à travers des actes opératoires qui leur paraissent clés pour répondre aux enjeux de la situation.

**Les compétences générales** correspondent à des activités plus vastes qui vont au-delà des tâches, mais qui contribuent généralement à leur exécution. Elles requièrent habituellement des apprentissages de nature plus fondamentale. (Par exemple une compétence liée à la santé et à la sécurité au travail) et doivent donc correspondre à des activités de travail à la « périphérie » des tâches, tout en y étant étroitement liées ou associées.

**Les compétences particulières** renvoient à des aspects concrets, pratiques, circonscrits et directement liés à l'exercice d'un métier. Elles sont directement liées à l'exécution des tâches et à une évolution appropriée dans le contexte du travail et visent surtout à rendre la personne efficace dans l'exercice d'un métier.

## II.2. LISTE DES COMPETENCES GENERALES.

Suite aux informations présentées dans le RAST, les compétences générales suivantes et correspondantes aux attitudes, habiletés et comportements attendus ont été retenues :

N°	Compétences générales	Tâches liées
01	Communiquer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5, 6
02	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	1, 2, 3, 4, 5, 6
03	Utiliser les notions de base en informatique	3, 4, 5, 6
04	Appliquer les principes du marketing fondamental	2, 3, 4, 5, 6
05	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	1, 2, 3, 4, 5, 6
06	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	2, 3, 4, 5, 6

### II.3. LISTE DES COMPETENCES PARTICULIERES.

Les compétences particulières identifiées pour le Technicien en Community Manager sont les suivantes :

N°	Compétences particulières	Taches liées
07	Développer les stratégies de contenu	1, 2, 3, 4, 5, 6
08	Elaborer le mix digital	2, 3, 4, 5
09	Organiser les évènements en ligne	3, 4, 5, 6
10	Gérer une plateforme digitale	1, 2, 3, 4
11	Gérer la e-réputation	3, 4, 5, 6

### II.4. MATRICE DES COMPETENCES.

#### - Présentation générale de la matrice.

La matrice des compétences présente l'ensemble structuré des compétences générales et particulières dans un lien dynamique. Elle comprend :

- Les compétences générales qui portent sur des activités communes à différentes tâches ou à différentes situations. Elles portent, notamment, sur l'application de principes scientifiques et technologiques liés à la fonction de travail ;

- Les compétences particulières qui visent l'exécution des tâches et des activités à l'intérieur de la fonction de travail et de la vie professionnelle ;

- Le processus de travail qui porte sur les étapes les plus significatives de la réalisation des tâches de la profession.

La matrice des compétences permet de voir les liens qui existent entre les compétences générales, placées à l'horizontale, et les compétences particulières, placées à la verticale.

Le symbole (O) indique la présence d'un lien entre une compétence générale et une compétence particulière.

Le symbole ( $\Delta$ ) indique la présence d'un lien entre les compétences particulières et une étape du processus.

La logique suivie au moment de la conception d'une matrice influe sur la séquence d'acquisition des compétences. Ainsi, la conception de la matrice s'est réalisée de manière à permettre d'une part une progression dans la complexité des compétences à acquérir et, d'autre part, l'établissement de liens favorisant l'intégration des compétences.

## MATRICE DES COMPÉTENCES

MATRICE DES COMPÉTENCES													
			Compétences générales					Processus					
			Numéro de la compétence	Niveau de complexité / 10	Communiquer en milieu professionnel	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Utiliser les notions de base en informatique	Appliquer les principes du marketing fondamental	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Planifier le travail		Exécuter le travail en adoptant les mesures de sécurité
<b>Community Manager (Technicien)</b>													
<b>Compétences particulières</b>													
<b>Numéro de la compétence</b>			<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>06</b>					<b>06</b>
Niveau de complexité / 10			6	6	6	7	6	6					
Elaborer les stratégies de contenu	<b>07</b>	10	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Elaborer le mix digital	<b>08</b>	9	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Organiser les évènements en ligne	<b>09</b>	9	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Gérer une plateforme digitale	<b>10</b>	8	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Gérer la E-réputation	<b>11</b>	8	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
<b>Nombre de compétences</b>	<b>05</b>												<b>11</b>
<b>Légende :</b> Le symbole (O) indique la présence d'un lien entre une compétence générale et une compétence particulière.													
Le symbole (Δ) indique la présence d'un lien entre les compétences particulières et une étape d'un processus.													

## II.5. TABLE DE CORRESPONDANCE

### - Présentation générale de la table

La table de correspondance ci-après présente onze (11) compétences retenues pour le métier de Community Manager . Elle présente de façon détaillée chacune des compétences en identifiant précisément les éléments qui la caractérisent, de même que les déterminants tels que les connaissances et les habiletés. La table de correspondance contient diverses informations relatives au projet de formation. La première colonne présente, dans l'ordre, les compétences telles qu'elles apparaissent dans la matrice.

Dans la deuxième colonne, on retrouve, pour chacune des compétences, des indications sur la compétence de façon à baliser celle-ci et en préciser la teneur. Ces données sont présentées à titre indicatif de façon à rendre plus explicite l'énoncé de compétence. Il est important de retenir que ces indications constituent avant tout un premier déblayage pour mieux cerner la compétence. Ces indications ne sont pas nécessairement exhaustives. De plus, elles peuvent référer tant à des éléments de contenu, à des notions liées à l'acquisition de la compétence qu'à des éléments de cette compétence.

### - Présentation du contenu de la table de correspondance.

<b>COMPÉTENCE 01: Communiquer en milieu professionnel</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Traiter les informations</li><li>2. Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale</li><li>3. Communiquer oralement</li><li>4. Rendre compte de son activité</li></ol>	<p><b>Tâches : 1, 2, 3, 4, 5,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Communication orale rédaction des rapports, compte rendu etc..</p> <p><b>Savoir-être et qualités :</b> S'exprimer avec clarté, éloquence, capacité d'écoute dans les relations avec le personnel ; capacité à gérer le stress et le temps ; esprit d'analyse et de synthèse, autonomie, capacité d'observation, intuition...</p>

<b>COMPETENCE 02 : Prévenir les atteintes à l'hygiène, à la sante, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail;</li> <li>2. Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel;</li> <li>3. Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail;</li> <li>4. Intervenir en situation d'urgence.;</li> <li>5. Prévenir les infections transmissibles sexuellement (ITS), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles;</li> <li>6. Développer un comportement écologiquement responsable.</li> </ol>	<p><b>Tâches: 1, 2, 3, 4, 5 ,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Lois et normes du travail et de protection environnementale; QHSE Matériel et équipement de sécurité spécifiques; Mesures de premiers secours, la responsabilité pénale de l'entreprise.</p> <p><b>Savoir-être et qualités :</b> habilités motrices et perceptives, vigilance, organisation et méthode.</p>

<b>Compétence 03 – Utiliser les fonctions de base en informatique</b>	
<b>Indicateurs sur les compétences</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utiliser les logiciels en informatique associés au métier</li> <li>2. Utiliser les différents types de support de stockage de données ;</li> <li>3. Produire un document à l'aide d'un logiciel de calcul (MS Excel, etc.) ;</li> <li>4. Maîtriser les fonctionnalités de base des logiciels de tableur</li> <li>5. Créer des présentations visuelles attractives à l'aide de logiciels de présentation</li> <li>6. Utiliser les fonctionnalités de messagerie</li> </ol>	<p><b>Taches 3, 4, 5, 6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Généralités sur l'informatique; l'ordinateur, téléphone androïde, risques et mesures de prévention, utilisation logiciel Word et Excel, internet, traitement de texte etc.</p> <p><b>Savoir- être et qualités :</b> habiletés motrices et perceptives, précision, prises d'initiatives, vigilance, rapidité, sens poussée de l'analyse</p>

<p>électronique pour la communication professionnelle</p> <p>7. Gérer et organiser les fichiers et les documents numériques</p> <p>8. Préparer des rapports, des tableaux de bord et des analyses.</p>	
--	--

<b>COMPÉTENCE 04 : Appliquer les principes du marketing fondamental</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Définir la stratégie marketing</li> <li>2. Identifier les personnes et cibler les audiences</li> <li>3. Gérer la relation client à travers des stratégies de fidélisation et d'engagement client</li> <li>4. Analyser le marché et la concurrence</li> <li>5. Définir les objectifs et les indicateurs de performance</li> <li>6. Sélectionner les canaux de marketing</li> <li>7. Élaborer un plan d'action et un calendrier</li> </ol>	<p><b>Tâches : 2, 3, 4, 5, 6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Principes fondamentaux du marketing (marché, segmentation, ciblage, positionnement, etc. Les différents outils du marketing mix (produit, prix, distribution, communication)</p> <p><b>Savoir-être et qualités:</b> Créativité, Esprit d'analyse, Adaptabilité, Engagement, Esprit d'équipe</p>

**COMPÉTENCE 05 : Exploiter les Aspects Légaux et Éthiques**

Indications sur la compétence	Déterminants
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Assurer la protection des données personnelles,</li><li>2. Utiliser les droits d'auteur et propriété intellectuelle,</li><li>3. S'approprier la législation sur la publicité et les promotions,</li><li>4. Assurer la confidentialité et le respect de la vie privée,</li><li>5. Assurer la responsabilité envers l'entreprise et les clients.</li></ol>	<p><b>Tâches :1, 2, 3, 4, 5,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> texte règlementaires et juridique, droit du digital, Audit de conformité, Mise en œuvre de politiques de confidentialité, Veille juridique et éthique,</p> <p><b>Savoir-être et qualités :</b> habilités motrices et perceptives, vigilance, organisation et méthode.</p>

**COMPÉTENCE 06 : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**

Indications sur la compétence	Déterminants
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Analyser le comportement du consommateur</li><li>2. Adapter la communication</li><li>3. Utiliser des données sociologiques et psychologiques</li><li>4. Interpréter le comportement du consommateur</li><li>5. Segmenter le marché en entités homogènes</li><li>6. Appliquer les principes de persuasion</li><li>7. Adapter la communication au public cible</li></ol>	<p><b>Tâches : 2, 3, 4, 5,6</b></p> <p><b>Connaissances:</b> Théories sociologiques sur la structure sociale, Groupes sociaux et les interactions sociales, Modèles de décision du consommateur et les facteurs qui influent sur le processus d'achat, Tendances socioculturelles et psychologiques qui influencent les marchés et les comportements d'achat</p> <p><b>Savoir-être et qualités:</b> Empathie, Sensibilité culturelle, Esprit critique, Curiosité, Capacité d'observation, Créativité, Adaptabilité</p>

<b>COMPÉTENCE 07: Elaborer les stratégies de contenu</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
1. Planifier le contenu 2. Rédiger du contenu persuasif 3. Concevoir des visuels attrayants 4. Produire du contenu vidéo	<p><b>Tâches :1, 2, 3, 4, 5,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Principes du content marketing, Techniques de rédaction web et copywriting, Outils de création de contenu visuel et audiovisuel, Fonctionnement des plateformes de publication.</p> <p><b>Habilités :</b> <b>Créativité</b> et imagination, Rigueur et précision, Persévérance, Capacité de synthèse et de vulgarisation, Bonnes capacités de communication, Curiosité et veille informationnelle, Aisance relationnelle etc...</p>

<b>COMPÉTENCE 08 : Elaborer le mix digital</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
1. Identifier les buyers personas 2. Sélectionner les plates formes digitales 3. Identifier les ressources disponibles 4. Créer un calendrier éditorial pour vos contenus.	<p><b>Tâches :2, 3, 4, 5,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Techniques de rédaction web et copywriting, Outils de création de contenu visuel et audiovisuel, Notions de design graphique et d'ergonomie, Principes de référencement SEO, Fonctionnement des plateformes de publication.</p> <p><b>Habilités :</b> Créativité et imagination, Rigueur et précision, Persévérance, Capacité de synthèse et de vulgarisation, Bonnes capacités de communication, Curiosité et veille informationnelle, Aisance relationnelle etc...</p>



<b>COMPÉTENCE 09 : Organiser les événements en ligne</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Développer une stratégie de médias sociaux</li> <li>2. Animer les interactions avec les utilisateurs</li> <li>3. Analyser les performances</li> <li>4. Optimiser la présence en ligne</li> <li>5. Produire du contenu vidéo</li> </ol>	<p><b>RAST: 3,4,5 ,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Marketing digital et social media, Fonctionnement des plateformes de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), Techniques de création de contenu, Stratégies Marketing, Techniques de Communication, Communication Interne, Communication Externe, Outils de Communication, Outils de gestion de médias sociaux, Principes de référencement</p> <p><b>Savoir-être et qualités:</b> Aisance relationnelle et communication, Créativité et adaptabilité, Rigueur et organisation, Capacité d'analyse et de synthèse, Patience et réactivité, Esprit d'équipe et collaboration</p>

<b>COMPÉTENCE 10: Gérer une plateforme digitale</b>	
<b>Indications sur la compétence</b>	<b>Déterminants</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Choisir les canaux de diffusion</li> <li>2. Définir la ligne éditoriale</li> <li>3. Évaluer la Performance</li> <li>4. Identifier les concurrents principaux</li> <li>5. Gérer la réputation en ligne</li> </ol>	<p><b>Taches : 1,2,3,4</b></p> <p><b>Connaissances</b> Fonctionnement des plateformes de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), Analyse de données, Outils de gestion de médias sociaux, Principes de référencement</p> <p><b>Savoir-être et qualités:</b> Aisance relationnelle et communication, Créativité et adaptabilité, Rigueur et organisation, Capacité d'analyse et de synthèse, Patience et réactivité, Esprit d'équipe et collaboration</p>

## COMPÉTENCE 11 : Gérer la E- réputation

Indications sur la compétence	Déterminants
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Choisir les outils d'analyse et de reporting</li><li>2. Assurer la veille technologique et sécuritaire</li><li>3. Analyser les nouvelles techniques d'attaques</li><li>4. Gérer les crises</li><li>5. Évaluer l'impact sur l'architecture existante</li><li>6. Préconiser des mesures correctives</li></ol>	<p><b>RAST: Tâches 3,4,5,6</b></p> <p><b>Connaissances :</b> Marketing, Segmentation, Ciblage et Positionnement (STP), Étude de Marché, gestion des crises...</p> <p><b>Savoir-être et qualités:</b> utilisation des outils, respect des procédures etc...</p>

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, <https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol>
2. Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
3. Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
4. Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
5. Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
6. Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
7. Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
8. Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
9. Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
10. Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
11. Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
12. Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
13. Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.
14. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
15. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.

- 16.** Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
- 17.** Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
- 18.** Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, <https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/>
- 19.** Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
- 20.** Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
- 21.** Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
- 22.** Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages