REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS – HARMONIQUES

La certification s'adresse aux artistes intermittents et/ou porteurs de projet artistique, ainsi qu'aux artistes auteurs, devant acquérir des compétences de communication sur les réseaux sociaux adaptées à leurs activités et enjeux afin de promouvoir leurs activités artistiques sur ces médias.

Dans le paysage artistique actuel, la visibilité en ligne est devenue un enjeu crucial pour les artistes. La certification "Promouvoir ses activités artistiques sur les réseaux sociaux" répond à un besoin pressant dans un environnement où la présence sur les réseaux sociaux peut faire la différence dans la reconnaissance de leurs activités, productions, événements et marque personnelle. Elle vise à doter les artistes des compétences nécessaires pour transformer leur présence en ligne en un véritable levier de promotion de leur art et de leur carrière.
L'enjeu est de taille : les artistes doivent apprendre à se démarquer, à raconter leur histoire et à engager leur public de manière authentique et percutante pour développer la visibilité de leurs activités. Cette certification leur permet d'acquérir les compétences pour créer une stratégie de communication réseaux sociaux cohérente avec leur identité artistique, de produire du contenu adapté à chaque plateforme, et d'interagir efficacement avec leur communauté. Ils pourront ainsi ouvrir de nouvelles opportunités professionnelles : collaborations, commercialisation d'œuvres, invitations à des événements, ou même financement participatif de projets. De plus, un artiste capable de mobiliser sa communauté en ligne devient un atout précieux pour tout projet culturel.

Prérequis :

- Avoir un projet ou une identité artistique à promouvoir sur les réseaux sociaux
- Avoir déjà une base d'outils de communication digitale (par exemple un compte Instagram, un site web…)

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Promouvoir ses activités artistiques sur les réseaux sociaux		
C1. Analyser le positionnement de ses activités artistiques dans l'environnement cible, en s'appuyant sur son identité artistique et sur les tendances de son secteur, en définissant les publics	**Présentation d'un projet professionnel de promotion de ses activités artistiques sur les réseaux sociaux**	**Cr1.1.** Le candidat explicite le positionnement de ses activités artistiques dans l'environnement cible ainsi que ses critères de différenciation. Il le justifie au regard de

<table>
<tr>
<td>et périmètres visés en fonction des potentiels de chaque réseau social, afin de préparer une stratégie de communication réseaux sociaux différenciante.</td>
<td rowspan="3">Production de contenus réseaux sociaux
En amont de la session d'examen, il est demandé au candidat de produire :
Un post réseau social, adapté à une plateforme et un public cible, intégrant un message, un visuel et au minimum une fonctionnalité d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap.
Cette production devra être en lien direct avec le projet professionnel soutenu et sera diffusée au jury d'évaluation au cours de la présentation de son projet. Il est attendu du candidat qu'il accompagne sa diffusion des précisions concernant le public, l'objectif de communication et la plateforme de diffusion ciblés.

Présentation du projet au jury d'évaluation
A l'oral, il est demandé au candidat de présenter son projet professionnel de promotion de ses activités artistiques sur les réseaux sociaux.

Il est attendu du candidat qu'il décrive et justifie :
Son analyse du positionnement de ses activités artistiques dans l'environnement cible (en lien avec C1)
Sa stratégie de promotion de ses activités artistiques (en lien avec C2)
Les méthodes et moyens utilisés pour produire le contenu réseau social présenté au jury d'évaluation (post réseau social produit en amont) (en lien avec C3)
Les actions, méthodes et moyens à mettre en œuvre pour animer et développer sa</td>
<td>son identité artistique et des tendances du secteur qu'il a identifiés.
Cr1.2. Le candidat définit et détaille les publics et périmètres visés par sa communication ; il justifie en quoi ils sont cohérents avec les potentiels du ou des réseaux sociaux visés.</td>
</tr>
<tr>
<td>C2. Concevoir une stratégie de promotion de ses activités artistiques, en s'appuyant sur son positionnement pour définir un ton, un style et des objectifs de communication alignés, en sélectionnant les réseaux et types de posts adaptés, en définissant les fréquences de publication et en évaluant la pertinence des options payantes, dans le but d'accroître efficacement sa visibilité.</td>
<td>Cr2.1. Le candidat définit un ton, un style de communication et formule des objectifs mesurables, tout en justifiant leur alignement avec son positionnement et son identité artistique.
Cr2.2. Le candidat présente un plan de promotion qu'il a conçu, intégrant au minimum les réseaux sociaux qu'il a sélectionnés et pour chacun d'entre eux : les types de posts à diffuser, une planification des fréquences de publication et les modalités de diffusion choisies (publications gratuites, options payantes de type boosts, fonctionnalités premium, abonnements pro…). Le candidat justifie ses choix notamment au regard des publics et périmètres visés.</td>
</tr>
<tr>
<td>C3. Produire un contenu réseau social engageant adapté à son identité artistique et à la plateforme cible, en intégrant un message et un visuel (ou une identité visuelle) cohérents avec son univers artistique, avec l'objectif de communication et le public visés, en insérant des fonctionnalités d'accessibilité pour les publics en situation de handicap, et en respectant le droit à l'image, afin de développer la visibilité de ses projets artistiques tout en renforçant sa marque personnelle.</td>
<td>Cr3.1. Le post réseau social produit par le candidat intègre au minimum un message, un visuel ou son identité visuelle, ainsi qu'une fonctionnalité d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap.
Cr3.2. Le candidat justifie en quoi son post est aligné avec son identité artistique, en quoi il est adapté au public, à la plateforme de diffusion, ainsi qu'à l'objectif de communication ciblés, et en quoi il est engageant.
Cr3.3. Le candidat explicite les principes du droit à l'image et détaille les mesures prises pour le respecter dans ses pratiques de création et de diffusion de visuels.</td>
</tr>
</table>

C4. Animer et développer sa communauté sur les réseaux sociaux, en interagissant régulièrement avec elle avec des moyens variés (commentaires, lives, stories…), en faisant preuve de discernement dans ses publications, en proposant des actions fidélisantes, en collaborant avec d'autres artistes ou influenceurs, **afin de maintenir un lien fort avec ses followers tout en élargissant sa visibilité et son public.**	communauté sur les réseaux sociaux (en lien avec C4) • Les méthodes et moyens à mettre en œuvre pour optimiser la performance de ses actions de promotion sur les réseaux sociaux (en lien avec C5). Cette soutenance sera suivie d'un questionnement par le jury d'évaluation. **Questionnement du jury d'évaluation** Le jury d'évaluation questionne notamment le candidat sur certains points du projet professionnel présenté qui nécessiteraient des approfondissements ou des éclairages.	**Cr4.1.** Le candidat propose un plan d'animation de sa communauté intégrant des interactions variées (réponses aux commentaires, animation de lives, stories, sondages…) et une fréquence régulière et rapprochée. **Cr4.2.** Le candidat propose des actions fidélisantes (exclusivités, contenus en coulisses, concours…) et/ou collaboratives avec d'autres artistes ou influenceurs (coanimation, promotion croisée…), en détaillant leur impact attendu. **Cr4.3.** Le candidat détaille les points d'attention, de vigilance et réflexes adoptés (contrôle de son image, risque lié aux fakenews, paramètres de visibilité…) pour faire preuve de discernement dans ses publications, en appuyant ses propos avec des exemples concrets.
C5. Optimiser la performance de ses actions de promotion sur les réseaux sociaux, en améliorant la qualité et en alignant les contenus du site vers lequel pointent les posts, en interprétant les différents résultats statistiques pour identifier les contenus les plus performants et les attentes de son audience, en réalisant une veille des tendances du secteur, en ajustant sa stratégie en conséquence, **afin de maintenir une communication efficace, en phase avec les attentes de son audience et l'évolution des médias sociaux cible.**		**Cr5.1.** Le candidat explicite les alignements et améliorations à réaliser sur les contenus du site web vers lesquels pointent les posts afin de gagner en performance dans ses actions de promotion. **Cr5.2.** Sur la base de données statistiques issues d'un cas concret, le candidat identifie les indicateurs clés, les contenus les plus performants et formule une hypothèse plausible concernant les attentes de l'audience concernée. **Cr5.3.** Le candidat présente les modalités et récurrences de son processus de veille des tendances du secteur et justifie en quoi cela lui permet d'ajuster sa stratégie de promotion sur les réseaux sociaux.