



**Agrément/Habilitati
on**

**N° HA-2022 19MESRI/ANAQ-
SUP/SE/DIPriv/nmf**

DEPARTEMENT : Institut MERCURE

SPECIALITE : Marketing vente

RAPPORT DE STAGE

Présenté par

Fatimata Diallo

Pour l'obtention du diplôme de

Licence Professionnelle : MARKETING VENTE

**Sujet : ETUDE DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITAL DE
Centre d'Orientation Scolaire et professionnel (CAOSP)**

**Soutenu le...04 /06/2021 Devant le jury
composé de :**

| | | |
|---|---------------------------------|----------------|
| Président du jury : Docteur Ma- lick MANE | Docteur en Economie | SUPDECO |
| Encadreur : Mame Salla Dior DIENG | Intervenant en Marketing | SUPDECO |
| Membre du jury 1: Babacar Lo | Professeur en Marketing | SUPDECO |
| Membre du jury 2: Cheikh Ti- diane DIONGUE | Professeur en Marketing | SUPDECO |

Année 2020-2021

DEDICACE

Je dédie ce rapport de stage à mes parents et à toute ma famille.

REMERCIEMENTS

J'adresse mes vifs remerciements et ma profonde gratitude,

- A Monsieur Mame Salla Dior DIENG pour son soutien et pour l'encadrement de mon rapport de stage.
- A l'ensemble du personnel du CAOSP, plus particulièrement à M. Gorgui KEBE qui m'a permis d'effectuer ce stage au sein de cette structure.
- A l'ensemble du corps professoral.
- Aux membres de l'administration de Mercure et à tous mes camarades de promotion

SOMMAIRE

| | |
|--|----|
| INTRODUCTION | 1 |
| CHAPITRE I : PRESENTATION DU CAOSP ET DE SON SECTEUR D'ACTIVITE | 2 |
| CHAPITRE II : LE DEROULEMENT DU STAGE | 10 |
| ANNEXES | 18 |
| BIBLIOGRAPHIE | 20 |
| Table des matières | 21 |

LISTE DES ABREVIATIONS

CAOSP : Centre Académique d'Orientation Scolaire et Professionnel

CROSP : Centre Régional d'Orientation Scolaire et Professionnelle

CNOSP : Centre National de l'Orientation Scolaire et Professionnelle

ENA : Ecole National des Administration

OSP : Orientation Scolaire et Professionnelle

PSE : Plan Sénégal émergent

PDEF : Programme Décennal de l'Education et à la Formation

SNOP : Service National d'Orientation et Professionnelle

STEM : Science Technique en Ingénierie et Mathématique

INTRODUCTION

Avec le développement de la nouvelle technologie dans le monde, la communication a pris une place énorme dans la digitalisation à travers des post dans les médias sociaux, afin de faciliter le rapport entre client et fournisseur. Ainsi le marketing digital regroupe tous les outils interactifs pour promouvoir les produits et services dans le cadre d'une relation personnalisée et directe avec les consommateurs. Il concerne tous les points de contacts digitaux : internet, smartphones, tablette. Je me suis intéresser au poste d'assistante en community manager, d'où ma spécialité en marketing vente. Le Marketing accorde une importance capitale dans la gestion relation client. Ce stage m'a donné la possibilité d'appréhender le métier de community manager.

Par ailleurs, ça m'a permis d'approfondir mes connaissances en marketing en tant que manager sein de cette structure. Ce dernier a été l'occasion pour moi de comprendre le fonctionnement d'un centre d'orientation éducatif et professionnelle. Notre département est d'accompagné les élèves et étudiants dans leurs choix scolaire et professionnel.

En vue de rendre compte de manière fidèle et analytique des deux (2) mois passés au sein du centre CAOSP, mon plan de travail s'articule comme suite :

La présentation du CAOSP et son secteur d'activité (I), puis d'envisager le cadre du stage : le déroulement du stage (II). Et pour finir, il sera de préciser les différentes missions et tâches que j'ai pu effectuer au sein du service community manager, et les nombreux apports que j'ai pu en tirer (III).

**PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DE L'ENTRE-
PRISE**

1

CHAPITRE I : PRESENTATION DU CAOSP ET DE SON SECTEUR D'ACTIVITE

HISTORIQUE

La loi d'Orientation 91- 22 du 16 Février 1991, en son Chapitre VI – Art. 18, assigne à l'Orientation Scolaire et Professionnelle quatre (4) principaux objectifs :

- L'évaluation continue et globale de l'élève tout au long de sa scolarité,
- La recherche de solutions aux problèmes d'inadaptation,
- L'éclairage des choix, grâce à une large information adaptée à tous les niveaux, sur les études et les professions accessibles,
- La participation à l'évaluation objective du système éducatif.

Les CAOSP sont intégrés dans le dispositif national d'OSP (Orientation Scolaire et Professionnelle). Ils travaillent aussi étroitement avec le CNOSP (Centre Nationale de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) qui est chargé de la coordination et de l'impulsion de leurs activités au terme du décret 86-877 du 19 juillet 1986. Cependant, ils sont rattachés aux Inspections d'Académie sur le plan administratif. Le Sénégal compte actuellement seize (16) CAOSP dans lesquels sont affectés des Psychologues Conseillers. Certains psychologues conseillers sont détachés dans les Universités, au SNOP (Service National de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) et autres services de l'administration publique.

Le CAOSP de Pikine Guédiawaye a été créé par l'arrêté n°9371 du 26 10 2010/MEPEM-SLN/SG/DEPRE, après la création de l'Inspection d'Académie. Depuis lors, le centre s'est inscrit dans la perspective de répondre positivement aux défis qui interpellent l'Académie et surtout aux préoccupations en matière d'orientation, des usagers en l'occurrence les élèves, les étudiants, les professionnels, les parents, bref le citoyen lambda.

En effet, c'est en Octobre 2010, lors d'un conseil interministériel que la dénomination CROSP (Centre Régionale de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) a changé pour donner naissance au CAOSP (Centre Académique de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) avec la possibilité d'ouvrir des antennes départementales.

Pour être en phase avec les missions qui lui sont dévolues, le CAOSP de Pikine Guédiawaye mène les activités suivantes :

- Informations sur les études et les formations/métiers
- Conseil en Orientation Scolaire et Professionnelle

- Ce service National, élément de l'Administration Centrale du Ministère, était chargé notamment de :
- L'information des parents, des directeurs, des responsables sociaux et en général de tous les autres consultants en matière d'orientation scolaire et professionnelle ;
- L'information et de la préparation psychologique des enfants et des adolescents à la vie professionnelle ;
- L'orientation scolaire et professionnelle continue des enfants arrivant en fin de scolarité primaire et des adolescents au cours de leur scolarité secondaire et de leur formation professionnelle pour tous les problèmes qui sont de sa compétence ;
- L'orientation des enfants inadaptés et handicapés ;
- L'exécution des tâches relevant de la psychotechnique du travail et, en particulier, d'apporter sa coopération technique au reclassement, à la réadaptation et au perfectionnement des travailleurs ;
- C'est ainsi que le COSP s'est attelé, dès sa création, en tant que service public gratuit, au recrutement des apprentis, des élèves ou stagiaires des écoles, des centres ou organismes relevant du Ministère de l'Enseignement Technique et de la Formation des Cadres ou d'autres Ministères ou structures publiques ou privées.
- Il s'est mis à la disposition des :
 - Enfants, adolescents et familles,
 - Chefs d'établissements,
 - Services sociaux,
 - Chefs d'entreprises,
 - Organisations professionnelles d'employeurs ou de travailleurs,
 - Administrations publiques.
- Cela en vue d'apporter à tout individu, considéré isolément ou à l'intérieur d'un groupe social ou professionnel déterminé, l'aide dont il peut avoir besoin pour le meilleur emploi de ses aptitudes et pour parvenir à la meilleure situation professionnelle, dans le cadre de l'intérêt général.

Gestion de la Stratégie de Communication Digital de Caosp

- **Deuxième étape :**

En outre, le Décret n° 63/359 du 06 juin 1963 allait encore élargir le champ d'action du COSP :

- Il devait participer, en tant que service spécialisé, à l'orientation des élèves en fin de cycle d'études,
- Il devait intervenir pour autoriser les changements d'orientation des boursiers.
- Le CNOP d'abord installé au 22 avenue A. Sarraut, en haut de l'immeuble « GEN-TINA » fut transféré dans les locaux spécialement construits à cet effet, route de Ouakam. Il est, après celui d'Alger, un des tout premiers Centres d'Orientation Scolaire et Professionnelle de notre continent.

Les dispositions que voilà, plaçaient donc, de fait, dans l'esprit et dans la lettre, l'Orientation à la charnière de l'Education et de l'Economie, pour une utilisation optimale des ressources humaines.

Très vite, l'ampleur des tâches confiées à un nombre très limité de techniciens devant opérer par équipes itinérantes, à partir de Dakar, sur l'ensemble du territoire national, a amené lors du second plan de développement à envisager une « déconcentration ».

C'est ainsi qu'allaient être créés les centres de Saint-Louis en 1966, de Ziguinchor en 1968, de Kaolack en 1972 et de Tambacounda en 1987.

- **Troisième étape :**

Le Décret 72/1020 du 22 juillet 1972, par la mise en place d'une Commission Nationale d'Orientation des Bacheliers, allait confier des missions nouvelles à l'Orientation Scolaire et Professionnelle, en direction des établissements d'Enseignement Supérieur.

Ainsi, la conception de « l'Orientation professionnelle » basée sur la psychotechnique du travail, allait sous les effets combinés des réformes, de l'augmentation des effectifs et de la complexité croissante des impératifs économiques, évoluer peu à peu vers une orientation de type scolaire et universitaire. Ce qui explique le rattachement du C.N.O.S.P. au Ministère de l'Education Nationale.

Depuis 1984, le CNOSP est transféré au Point E (Rue de Ziguinchor) dans un logement conventionné.

Les principaux travaux effectués, conformément aux dispositions citées, étaient constitués par :

- Des examens ou concours de recrutement pour l'Enseignement Technique ou Professionnel,
- Une participation, sous des formes variées, à des recrutements pour d'autres ministères (Travaux Publics, Santé, Affaires Sociales, Energie Hydraulique, Informatique, etc...),
- Des recrutements pour des entreprises privées, (TAIBA, SAR...etc.),
- Les examens psychotechniques des classes de 3ème et des élèves d'autres classes, à la demande des chefs d'établissements,
- Les examens individuels, à la demande des familles, des médecins, des services sociaux etc...
- La documentation et l'information scolaire et professionnelle (édition de brochures),
- Les enquêtes et études sur la situation des élèves sortis de l'enseignement technique.

1.1

1.1 Présentation du CAOSP

Les CAOSP sont intégrés dans le dispositif national d'OSP (Orientation Scolaire et Professionnelle). Ils travaillent aussi étroitement avec le CNOOSP (Centre Nationale de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) qui est chargé de la coordination et de l'impulsion de leurs activités au terme du décret 86-877 du 19 juillet 1986. Cependant, ils sont rattachés aux Inspections d'Académie sur le plan administratif. Le Sénégal compte actuellement seize (16) CAOSP dans lesquels sont affectés des Psychologues Conseillers. Certains psychologues conseillers sont détachés dans les Universités, au SNOP (Service National de l'Orientation Scolaire et Professionnelle) et autres services.

Aujourd'hui, face à un marché de l'emploi de plus en plus complexe, le jeune se doit d'être armé à l'aide de démarches de construction, d'appropriation de l'information. Cette plateforme, véritable outil d'aide à la prise de décision en matière de formation, d'information et de conseils en emploi, est ouvert aux apprenants, aux étudiants, et aux travailleurs soucieux de construire un projet personnel et professionnel. Notre objectif est d'offrir un service de qualité à tout usagers du service public désireux de faire un choix soit, aux cours de son parcours scolaire ou universitaire, en faveur d'un métier, soit, au cours de sa vie professionnelle, afin améliorer sa situation ou se reconverter. Par ailleurs, le CAOSP dispose d'un personnel composé de Psychologues-conseillers, véritables spécialistes de la relation d'aide, prêts à apporter des réponses appropriées à toutes vos préoccupations personnelles et au besoin vous accorder un entretien conseil ou une prise en charge psychosociale.

1.2 secteur d'activité

La principale activité du CAOSP est : l'éducation, accompagne les élèves et étudiants dans leurs choix éducatif et professionnel. Donc il assure le fonctionnement de l'éducation.

1.2.1Présentation économique et sectorielle du domaine d'activité

Etant une administration publique qui appartient à l'état, ce dernier n'a pas de concurrent sur le marché. Il est le seule sur le marché éducatif. Mais néanmoins il présente des forces et faiblesse comme toute entreprise se sur le marché, d'où l'analyse

➤ **Analyse forces et faiblesses de l'entreprise CAOSP**

Le centre caosp présente plusieurs forces qui sont :

- Sa première force est qu'il est le seule sur le marché éducatif, ce qui veut dire qu'il n'a pas de concurrent.
- Le fait qu'il soit rattaché dans le dispositif national d'OSP
- L'évaluation continue et globale de l'élève tout au long de sa scolarité,
- La recherche de solutions aux problèmes d'inadaptation,
- L'éclairage des choix, grâce à une large information adaptée à tous les niveaux, sur les études et les professions accessibles,
- La participation à l'évaluation objective du système éducatif.

Parmi tous ces aspect positive le centre présente des faiblesses dans son système d'organisation :

- Non disposition d'un community manager dans le centre qui ne facilite pas le travail de ses employer
- L'accès difficile aux information pour les étudiants
- La non résolution des problèmes dans les écoles moyen et secondaire particulièrement les élèves qui favorise plus les séries littéraires que scientifique.
- L'emploi des jeunes causes un problème majeur au niveau du centre

1.2.2 Présentation de la direction du marketing digital

- Le directeur du centre

Le directeur du centre donne des ordres à ses agents de bureau qui sont tous des psychologues conseillés. Il contrôle tous les activités du centre.

- L'assistante de direction

Elle joue le rôle d'intermédiaire entre le chef du centre et le reste de du personnel. Elle est chargée de gérer les dossiers administratifs émanant du chef du centre.

- Personnel de la gestion et organisation des salons de l'orientation et de l'emploi

Il gère tout ce qui est la gestion et organisation des salons dans le cadre de facilité l'orientation et l'emploi dans le système éducatif.

- Le personnel de l'orientation /planification, suivi-évaluation/genre et petite enfance

Gestion de la Stratégie de Communication Digital de Caosp

Elle a pour mission la coordination et le suivi des projets et programmes. A ce titre, elle est, notamment, chargée :

- de piloter et coordonner l'élaboration des documents de planification, de programmation d'étude du secteur ;
- de définir, mettre en œuvre et coordonner la stratégie et les activités de la veille du secteur ;
- de collecter, d'analyser, de traiter et de diffuser l'information sur les politiques de décentralisation de gouvernance, d'aménagement et de développement territorial ;
- d'assurer l'évaluation de ces politiques et leur mise en œuvre, conformément aux indicateurs définis à ces effets ;
- d'assurer le suivi-évaluation des différentes interventions dans le secteur ;
- de définir et mettre en œuvre une stratégie de capitalisation des bonnes pratiques du département ministériel ;
- d'assurer toute mission spécifique attribuée à la cellule des études, de la planification et suivi-évaluation par le ministère, en lien avec sa vocation.

➤ Les agents de formation, d'étude et recherche action

De plus en plus, la distance entre l'Education/Formation et l'accès à l'emploi s'agrandit considérablement au Sénégal. En effet, les usagers, composés pour la plupart de jeunes, sont souvent confrontés à un problème d'accès à l'information sur les filières d'études et à un manque criard d'accompagnement dans la réalisation de leur projet socioprofessionnel. S'y ajoute des problèmes liés à l'inadaptation sociale qui impactent aussi bien sur le parcours scolaire que sur la vie professionnelle. Fort de ce constat, l'Etat du Sénégal à travers le Ministère de l'Education nationale, s'appuie sur les Centres académiques de l'Orientation scolaire et professionnelle de proximité, parmi d'autres structures voisines, pour résorber ce gap, si l'on sait que la formation et l'emploi des jeunes constituent une préoccupation majeure du Plan Sénégal émergent (PSE).

➤ Les agents de recrutement/appui psycho-social et promotion des STEM (science technique en ingénierie et mathématique)

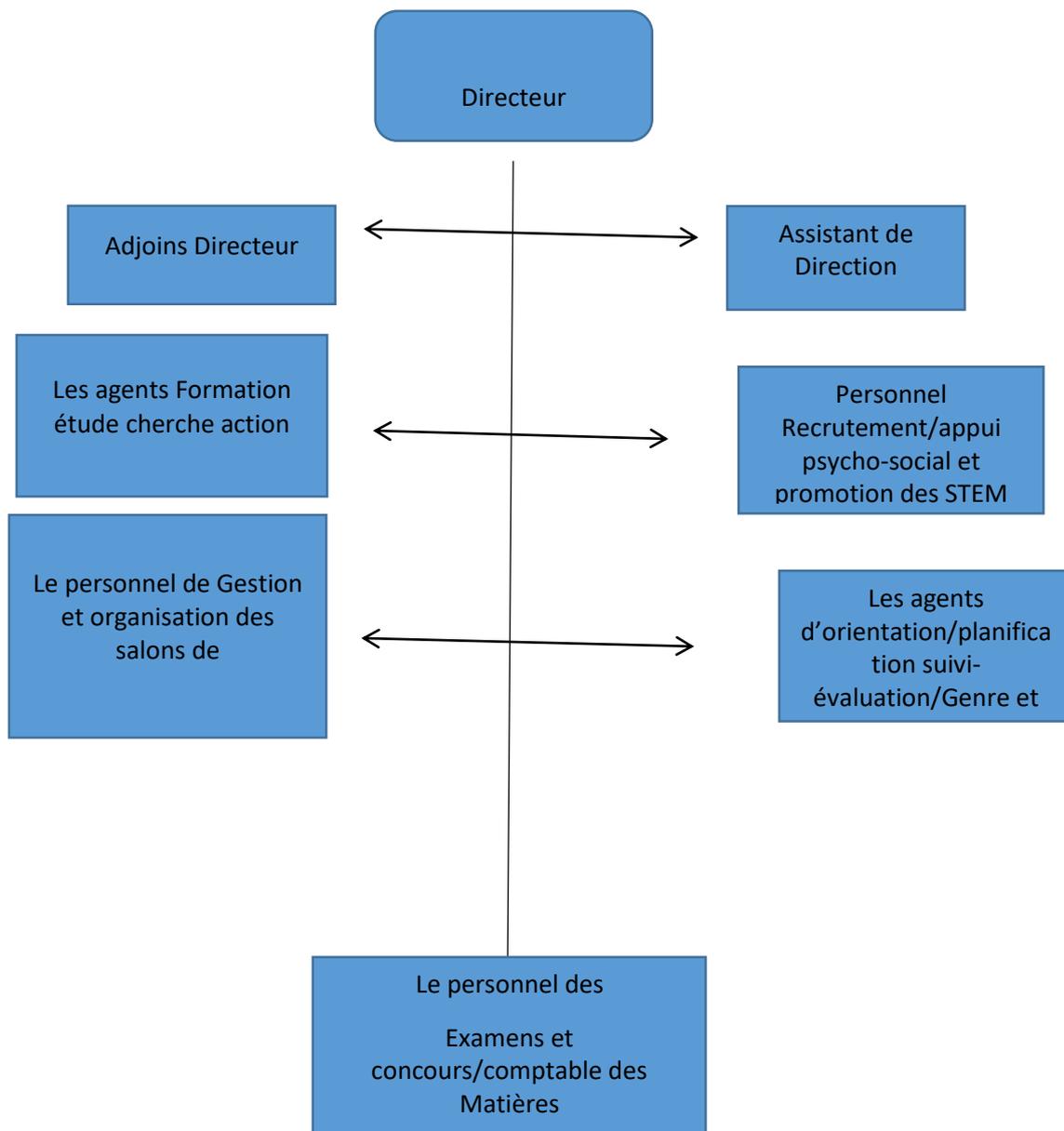
Comme son nom l'indique le bureau recrute et appui en même temps ces agents. Mais ces derniers sont sollicités pour les concours étant des jury exemple le concours de ENA. De plus le bureau met en place une stratégie pour orienter plus les élèves dans les séries scientifiques. Car on a tendance à voir que les élèves négligent plus les séries scientifiques, techniques et mathématiques.

Donc la direction Académique d'Orientation Scolaire et Professionnelle est en train de préconiser des solutions face à ce problème qui existe au niveau scolaire.

➤ Le personnel des Examens et concours/comptable matière

Il gère tous les concours et examens niveau du centre. Chargé de valider les dossiers des concours et examens déposés par les étudiants et les frais d'inscription des dossiers. Afin de faciliter leur candidature.

ORGANIGRAMME



1.2.3 Actualité du secteur

Le système éducatif Sénégalais a évolué de manière fulgurante depuis l'ère moderne, avec l'évolution de la technologie on assiste à des cours à distance.

Et aussi la création des universités virtuel pour favorisé l'accès à l'éducation. De plus dans le système éducatif sénégalais, on distingue secteur formel et secteur non formel : L'éducation formelle concerne l'éducation préscolaire, l'enseignement élémentaire, l'enseignement moyen et secondaire général, l'enseignement technique et la formation professionnelle et l'enseignement supérieur. A côté de l'enseignement public, s'est développé, depuis plusieurs années, un enseignement privé. Le secteur de l'éducation non formelle comprend l'alphabétisation, les écoles communautaires de base et les « écoles du 3e type ». Les deux dernières modalités d'enseignement sont en expérimentation. **La politique d'éducation du Sénégal** pour la prochaine décennie (1999-2008), s'inspire de la loi d'Orientation 91-22 du 16 février 1991. « Conformément aux options du 15ième Plan qui s'inscrivent dans l'optique de la mise en place d'un cadre macro-économique viable, mettant l'accent sur l'amélioration continue de la compétitivité de l'économie, le développement humain durable et la bonne gouvernance, le Gouvernement a l'intention au cours des prochaines années d'accélérer la croissance, en créant pour le secteur privé un environnement plus propice à ses activités, en mettant en œuvre entre autres des programmes ambitieux à moyen et long termes visant à mettre en valeur les ressources humaines. L'éducation et la formation qui sont des enjeux importants dans tout processus de développement, constituent à cet égard une priorité pour le Gouvernement qui y consacre plus de 30% du budget de l'Etat.

Dans cette optique, le gouvernement sénégalais a mis en place un Programme Décennal de l'Education et de la Formation (PDEF) reposant sur l'élargissement de l'accès à l'éducation et à la formation en matière de compétence utiles à la vie ; la consolidation des capacités à dispenser une éducation pertinente et de qualité à tous les niveaux ; la création des conditions pour une coordination efficace des politiques et programmes d'éducation et la rationalisation de la mobilisation et de l'utilisation des ressources. Ses objectifs sont :

- L'amélioration de la gestion du secteur scolaire en tenant compte du processus de décentralisation et d'une meilleure prise en charge des besoins et spécificités à la base ;
- La démocratisation de l'éducation préscolaire par une extension du réseau d'écoles maternelles au profit des populations ;

Gestion de la Stratégie de Communication Digital de Caosp

- L'élargissement de l'accès à l'enseignement élémentaire pour atteindre la scolarisation universelle en mettant en place un programme cohérent de construction de salles de classe et de recrutement de maîtres (formation de qualité des maîtres, éditions de manuels) ;
- L'amélioration de la qualité de l'enseignement moyen et secondaire ; la rentabilisation optimale des structures de l'enseignement technique et de la formation professionnelle (développement de l'apprentissage, filières porteuses, nouvelles formes de concertation et de partenariat avec les entreprises) ;
- L'adaptation de l'enseignement supérieur aux besoins du marché du travail par le renforcement de la recherche scientifique et technique ;
- La réduction du taux d'analphabétisme à travers une démarche accordant une large place à des modules alternatifs d'éducation non formelle et à la promotion des langues nationales ;
- L'extension de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication pour améliorer la gestion et renforcer la qualité de l'enseignement à tous les niveaux.

**DEUXIEME PARTIES : CADRE ANNALYTIQUE DES
PARTIES**

2 CHAPITRE II : LE DEROULEMENT DU STAGE

Le marché de la consommation est de plus en plus confronté au digital. En effet, que ce soit au travers de la communication de certaines marques ou la commercialisation de leurs produits ; Le digital occupe désormais une place majeure dans les stratégies marketing des entreprises. Il nous est presque impossible de rentrer en contact avec une entreprise sans passer par ce dernier. Adieu les annuaires et les journaux, le numérique a pris le dessus !

2.1 les outils mis à ma disposition

Les outils mis à ma disposition lors de mon stage au sein du caosp sont :

- un bureau meublé pour faciliter le travail
- une machine pour saisir des données
- un wifi pour animer les pages du centre
- d'un agenda de note pour recevoir les courriers arrivés comme départ
- un téléphone pour la communication
- une cuisine équipé pour les pauses déjeunées
- un frigo pour le rafraichissement

2.2 les missions du community manager

Assiste un ou plusieurs responsable(s) (cadre dirigeant, directeur,) afin d'optimiser la gestion de leur activité (gestion de planning, organisation de déplacements, communication, préparation de réunions, accueil, ...). **La communauté est devenue une référence**, elle est consultée, lue, appréciée. **Le rôle du Community Manager grandit avec le recours à ces communautés** : ce métier est devenu de nos jours un incontournable en matière de communication d'entreprise.

Le community manager a pour mission de créer et d'animer des communautés dans le but de développer les relations avec ses publics – collaborateurs.

Dans un premier temps, le community manager élabore la stratégie de présence de son entreprise sur les médias sociaux afin de répondre aux objectifs déterminés en concertation avec les différentes directions concernées (innovation, marketing, communication..).

Les objectifs peuvent être variables : développer la notoriété et l'image de marque de l'entreprise, soigner son e-réputation, mettre en place une plateforme participative en interne pour

favoriser l'innovation, déployer des dispositifs de knowledge management, ouvrir la plateforme à la communauté externe (consommateurs, usagers, grand public) afin de permettre la Co-création de services, produits ou contenus.

Concrètement, il lui faudra dialoguer avec les internautes sur les différentes plateformes ou médias sociaux de son entreprise mais aussi sur les sites extérieurs : blogs, forums, réseaux sociaux. Il sera force de proposition sur les contenus impactant en fonction des objectifs à atteindre et connaîtra les mécanismes de diffusion les plus adéquats.

Le community manager est aussi en charge de la veille technologique (nouveaux outils ou médias sociaux – Facebook, Dailymotion, Twitter, YouTube, Flickr ...) mais aussi sectorielle (étude du marché). De ce fait, il est aussi l'élément clé pour observer les remontées négatives et leur amplification au point de devenir d'éventuelle crise. Il aura donc en charge de prévenir les situations de crise et, en dernier recours, mettre en place des scénarios de gestion de crise.

❖ **Développer la notoriété de la marque** (de l'entreprise, de l'institution, de l'association sur le web

Pour atteindre cet objectif, le community manager est amené à passer par un certain nombre d'activités :

- Effectuer une veille permanente des communautés en lien avec la marque, l'entreprise, l'institution... : recenser les communautés sur le Web pouvant influencer sur le positionnement de la marque (blogueurs, forums de discussion...).
- Participer à la création des valeurs de la communauté : culture, codes sociaux et langagiers...
- Définir les objectifs de la communauté en accord avec le comité de validation : test de produit, information du client (ou de l'utilisateur), promotion de la marque...
Définir les indicateurs permettant de suivre la vie de la communauté (nombre de postes, qualité des réponses...).
- Planifier et suivre les actions de recrutement de membres en ligne (partenariats, parrainage, campagne d'e-mailing...) en lien avec le marketing.

❖ **Animer la communauté et renforcer sa cohésion**

L'animation de la communauté par le community manager consiste à :

- Faire des membres déjà existants un relai d'information au sein de la communauté.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences, de pratiques entre les internautes / consommateurs.
- Veiller à la qualité des réponses, y compris des critiques apportées à la marque ou au produit afin d'être en mesure de les exploiter et de relancer la discussion.

Gestion de la Stratégie de Communication Digital de Caosp

- Faire respecter les règles éthiques de la communauté (net-étiquette) via une action de modération sur le contenu produit par l'internaute : exclusion des propos, photos, ou vidéos à caractères raciste, pornographique, insultant...
- Gérer l'historique et l'archivage des données contenues sur le site (sujets abordés, informations et documents transmis par l'entreprise ou les internautes...).
- Rechercher de nouveaux médias sociaux (Dailymotion, Facebook...) permettant d'étendre l'influence de la communauté.
- Assurer la fidélisation des internautes via des évènements on-line (newsletter, jeux concours...).
- Mettre en œuvre des opérations événementielles pour réunir physiquement la communauté et ses leaders (bloggeurs influents, membres « VIP », ...).

❖ Accompagner le développement technique et fonctionnel de la plateforme

Dans certains cas, le community manager est amené à gérer une plateforme spécifique par laquelle passent les échanges d'une même communauté. Pour ce faire, il doit :

- Veiller aux conditions d'utilisation du site notamment au regard des contenus interdits.
- Signaler les bugs des fonctionnalités du site et veiller à la disponibilité de la plateforme.
- Coordonner avec les équipes techniques les améliorations à apporter à la plateforme du site Internet.
- Analyser le buzz marketing* et suivre l'image de la marque sur les différents supports on-line (analyse d'images, de contenu...).
- Suivre l'audience des différents supports de la communauté en lien avec le Traffic manager**.

Effectuer un reporting des actions de communication engagées sur ce mode de relation au consommateur.

*Le buzz (anglicisme de « bourdonnement » d'insecte) est un technique marketing consistant, comme le terme l'indique, à faire du bruit autour d'un événement,

Un nouveau produit ou d'une offre.

Le responsable du trafic en charge de la gestion et de l'organisation des espaces et des campagnes publicitaires sur internet.

❖ Etablir le reporting et analyser les informations

Une part importante de la mission du community manager consiste en l'évaluation de la communauté :

- Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction des individus et de l'ensemble la communauté.
- Suivre les statistiques de fréquentation.
- Proposer des axes d'amélioration.

❖ **Rester en veille**

La veille reste une part très importante du travail du community manager qui se doit pour être efficace de :

- Surveiller les nouveaux usages (techniques, sociaux, marketing) sur les sites et les plateformes déjà utilisées.
- Faire de la veille concurrentielle sur la gestion de communauté des organisations concurrentes.
- Suivre les mises à jour des règles d'utilisation des réseaux sociaux et s'assurer que l'organisation est bien en conformité avec celles-ci (valable notamment pour Facebook qui modifie très régulièrement les conditions d'utilisation des pages fans).
- Identifier les sites et plateformes émergents

2. 3 les tâches périphériques

Au cours de mon stage j'ai pu effectuer plusieurs tâches qui se situe à la périphérie du poste community manager. Dès lors qu'elles m'ont permis d'apprendre différents aspects de l'entreprise, il paraît approprié de s'y attarder.

Il s'agit : informer les élèves et étudiants ; réceptionner les dossiers des candidats pour le dépôt des concours ; recevoir les courriers arrivant comme départ ; préparer le café pour le directeur ; effectuer des transactions d'argent pour ce dernier.

Mais de plus j'occupais la direction marketing du centre. C'est-à-dire animé la page des réseaux du centre pour augmenter sa notoriété. Pour permettre plus aux candidats d'avoir des informations sans se déplacer et faciliter le travail de la direction. Au niveau du page toutes les concours et examens se retrouve là-bas. Avec le développement de la nouvelle technologie le centre d'orientation scolaire et professionnelle a mis en place une stratégie marketing de pousser les candidats à consulter leurs réseaux.

Pour s'y prendre chaque jour je faisais des posts sur les concours et examens au niveau du page de la direction, et des notes que je m'étais pour rappeler les services qu'offre le centre. Cela permet à l'entreprise d'être en relation interactive avec les candidats et nous savons tous que l'internet permet à l'entreprise de se doter d'un nouveau média peu onéreux qui diffuse l'information dans le monde entier.

3.1 Le bilan du stage

Au cours de ce stage, j'ai beaucoup appris. Les apports que j'ai tiré de cette expérience professionnelle peuvent être regroupés autour de trois idées principales : les compétences acquises, les difficultés rencontrés et solutions apportées ainsi que la vie en société.

3.2 les acquis

Mon stage au centre du CAOSP m'a permis d'acquérir beaucoup d'expériences surtout concernant mon domaine de spécialisation. Pendant mon stage j'ai pu apprendre comment prendre en charge les dépôts des dossiers des candidats aux concours. J'ai pu également comprendre le fonctionnement de l'administration du caosp, c'est -à -dire assister les candidats sur leur démarche de dossier mais aussi développer mes compétences en communication et l'importance sens de l'écoute. Ainsi ce stage m'a permis de mettre en avant mon savoir-faire, mais aussi pouvoir faire face à n'importe quel type de personne. Ma formation en marketing vente m'a permis de mettre en pratique toutes mes connaissances acquises. En un mot, mon stage au sein du CAOSP a favorisé l'acquisition d'expérience dans le milieu professionnel particulièrement sur le fonctionnement du centre avec l'aide de mon tuteur de stage.

3.3 Les difficultés rencontrées

Lors de mon stage j'ai rencontré quelques difficultés au sein du centre qui sont :

- Problème d'adaptation, mon premier jour au travail a été un peu difficile j'avais pas suffisamment d'information concernant mon poste.
- Les tâches à effectuer.
- Et aussi les informations concernant le centre. Pour mieux avoir accès à certaines informations mon maitre de stage ma mise à l'aise tout en m'expliquant les fonctionnalités du centre par rapport à mes questions.
- De plus, la communication du centre sur ses réseaux n'était pas trop active et les candidats n'avaient pas l'accès à l'information.
- Donc pour faciliter la communication des concours et autres auprès des étudiants,
- La solution était de d'animer les réseaux du centre en ajoutant du contenu et publié la date des concours ainsi que les résultats. Cela permet la visibilité du centre et pousser plus les concernés a consultaient la page pour avoir les informations requises sans ce déplacé.
- Pour terminer, il y avait des messages laissaient par les étudiants par rapport à certaine question pour plus de clarté que j'avais du mal à répondre.

2.1

3.4 Les perspectives

Vue l'impact de la technologie dans le monde actuel, il serait judicieux que le centre est un volet de community manager. Pour permettre aux candidats d'avoir les informations sans se déplaçaient. Etant un centre d'information, ce dernier doit informatiser via les réseaux sociaux leurs information ou les candidats y trouveront toutes les conditions de candidature concours et examen pour le dépôt de leurs dossiers. Pour aller plus loin le centre doit créer une chaine YouTube pour expliquer les différentes fonctionnalités du centre et d'autres information pour plus de clarté. Cela facilitera d'avantage le travail du centre en matière de temps et de rapidité. Ce volet va augmenter la notoriété du centre sur la plateforme médiatique. Mais aussi nous savons que les déplacements à Dakar sont très difficiles avec les trafics routiers, donc il serait important que le centre est un responsable du community manager de la direction du marketing digital. De plus en utilisant les technologies de la communication électronique : internet, email, base de données, téléphone, tablette tactile, c'est un terme plus général que celui de cybermarketing, qui est à l'emploi d'internet. Et le marketing digital permet à toutes les entreprises, grandes, petites et ont recours à internet.

CONCLUSION

Les réseaux sociaux se sont maintenant imposés comme un véritable « Web dans le Web ». Pouvoir y gérer efficacement la présence d'une organisation, de ses services et de ses produits constitue indiscutablement une des composantes majeures du Marketing et de la Communication.

La question ne se pose donc plus de savoir si l'entreprise a besoin d'un Community Manager, mais plutôt comment trouver le meilleur !

Bien que les facteurs humains soient au cœur de la problématique, le Community Management est loin d'être une science « molle ». Il doit être conduit avec rigueur et cohérence. Les capacités d'analyse et de planification y sont autant sinon plus des qualités requises que la curiosité ou l'attrait pour les nouvelles technologies.

Le Community Management est un des rares métiers où la jeunesse n'est pas un handicap. À condition que la formation soit au rendez-vous ainsi qu'une première expérience (acquise par exemple en alternance), les jeunes diplômés y trouveront une source d'emplois de qualité.

Reste, et c'est ce qui en fait précisément l'intérêt, que le chantier qui s'est ouvert il y a à peine une décennie n'en est encore qu'à ses balbutiements. Il s'agit d'un univers en constante évolution. L'avenir réserve...

Le séjour en entreprise nous a permis de découvrir le monde professionnel ainsi que de ces réalités. Il nous a aussi permis de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises. En effet, durant mon séjour au niveau de la direction du caosp, nous avons pu déceler certaine défiance au sein du centre tel que des problèmes de notoriété à l'endroit du centre. Ces problèmes sont une influence néfaste pour la qualité du travail.

Cette situation lamentable pouvait ne pas avoir lieu si le centre avait mis en place une démarche marketing (community management) rigoureux pour renforcement de son service marketing. Ce dernier sera chargé d'effectuer les tâches relatives au marketing tels que la mise en place d'une stratégie de communication bien définie pour promouvoir les services du centre au niveau du public cible.

ANNEXES

Annexe :1 appel à la candidature

Annexe :2 communiqué de concours

Annexe :3 Brevet technicien supérieur

Annexe :4 Avis de report du concours DUT 2022

Annexe :5 Baccalauréat éducation physique et sportive 2022

BIBLIOGRAPHIE

3

- REDON, Lionel. Rôle de la publicité. In : Manuel de communication externe d'entreprise. Saint Denier au Mont d'or : Item Edition, 1982, 89 p.
- HELFER, J. P., ORSONI, J. Marketing. Paris : Magnard-Vuibert, 2017. 1 vol. (489 p.).

4

- BIELKA, Samuel. Le guide du community management : boîte outils et bonnes pratiques pour une communication digitale réussie. [En ligne]. _Le Mans : Gereso Editions, 2021. Disponible sur <https://livre.fnac.com/a11076403/Samuel-Bielka-Le-guide-du-Community-Manager>. (Consulté le 11/05/2022)
- <https://fr.slideshare.net/durandnico/mmoire-de-recherche-community-management-et-stratgies-mdia-social-en-b2b> :le 11/05/2022
- <https://www.pole-emploi.fr/actualites/le-dossier/numerique-telecoms/informatique---web/le-metier-de-community-manager-h.html> : 11/06/2022
- <https://www.powertrafic.fr/strategie-de-communication-digitale-en-entreprise/> :11/06/2022
- <https://www.manager-go.com/marketing/communication.htm> : 11/06/2022

Table des matières

| | |
|--|------|
| DEDICACE..... | i |
| REMERCIEMENTS | ii |
| SOMMAIRE | iii |
| LISTE DES ABREVIATIONS..... | iv |
| INTRODUCTION..... | 1 |
| CHAPITRE I : PRESENTATION DU CAOSP ET DE SON SECTEUR D'ACTIVITE..... | 3 |
| 1.1 Présentation du CAOSP..... | 7 |
| 1.2 secteur d'activité..... | 7 |
| 1.2.1Présentation économique et sectorielle du domaine d'activité..... | 7 |
| 1.2.3 Actualité du secteur | 12 |
| CHAPITRE II : LE DEROULEMENT DU STAGE | 15 |
| 2.1 les outils mis à ma disposition..... | 15 |
| 2.2 les missions du community manager..... | 15 |
| 3.4 Les perspectives | 20 |
| ANNEXES | v |
| BIBLIOGRAPHIE | vii |
| Table des matières | viii |