



BCOM26 – RNCP42050 – BLOC 2 – C9 À C17

ÉPREUVE E2

LE SPRINT CRÉATIF

Guide complet de l'épreuve — étudiant

4 jours

Sprint supervisé

Book

Livrable certifié J3

Oral

Défense live J4

C9 → C17

Compétences

VUE D'ENSEMBLE

Principe de l'épreuve

Tu reçois un brief client. Tu as 3 jours pour concevoir et produire un book de campagne complet. Tu remets le book en fin de Jour 3. Le Jour 4, tu défends ce book à l'oral en partage d'écran — logiciels ouverts, drafts papier sur la table — devant le jury certifié.

Ce qu'on évalue : ta maîtrise créative et technique des productions, et ta capacité à justifier tes partis pris face au jury sur la base de ton book réel.

Le book est le livrable certifié principal

Il est évalué indépendamment de l'oral. Le jury le lit avant ta défense. Un book incomplet ne se rattrape pas à l'oral — les deux moments sont distincts et complémentaires.

PARCOURS COMPLET

Étape	Nature	Livrable / action	Compétences
Jour 1 — Matin	Réception brief + drafts papier	Prise en main — conception avant logiciel	—
Jours 1-3	Production supervisée	Book de campagne — 8 productions	C9 à C17
Fin Jour 3	Remise book certifié	Dépôt	—
Jour 4	Oral — défense live	Partage d'écran logiciels ouverts — 30 min	C9 à C17

■ ■ Timings indicatifs — la durée de production (Jours 1-3) et l'oral (30 min) peuvent être ajustés avant ou entre les sessions selon retour pédagogique.

CONTENU DU BRIEF

Élément	Ce que tu reçois
Annonceur	Organisation fictive — secteur, positionnement, contexte marché
Objectifs	Visibilité, engagement, conversion — hiérarchisés
Cibles	Profils prioritaires, comportements, canaux préférentiels
Contraintes	Budget indicatif, calendrier, éléments de charte graphique fournis
Contenu SEO	Un support existant fourni pour P5 — à optimiser, ne pas remplacer

Logique J1

Tu travailles au papier avant tout logiciel. Les drafts de conception sont présentés au jury le Jour 4. La conception précède la production.

JOURS 1 À 3 – PRODUCTIONS DU BOOK

6 productions — organisation libre sur 3 jours

L'ensemble constitue le book remis en fin de Jour 3. Organisation suggérée : concept créatif J1, productions dérivées J2, finalisation + mise en forme book J3. Log de prompts IA obligatoire.

P1 C9 — Contenu éditorial

- Contenu conforme au format, au support et au message du brief.
- Codes rédactionnels attendus pour le support mobilisés.
- Message principal relié à au moins un objectif de visibilité, d'attractivité ou de fidélisation.

P2 C10 — Contenu graphique — PAO

- Le visuel respecte la charte graphique — palette, typographie, logo, marges, positionnements.
- Les contraintes techniques du support sont respectées (format, résolution...).
- Cohérence visuelle entre message, cible et support.

P3 C11 — Contenu multimédia — Vidéo

- Minimum 1 dispositif d'accessibilité intégré (sous-titres, transcription, navigation clavier...).
- Au moins 1 élément technique favorisant l'interactivité démontré sans erreur technique.
- Principes d'éco-conception dans au moins 2 aspects techniques (format léger, compression, effets limités...).

P4 C12 — Maquette landing page — UX/UI

- La maquette intègre au moins 2 principes UX/UI explicites (hiérarchie visuelle, boutons accessibles...).
- Critères d'accessibilité RGAA visibles dans au moins 2 éléments concrets (contrastes, navigation clavier...).
- Parcours utilisateur fluide — contenu principal accessible en 3 clics maximum.

JOURS 1 À 3 – PRODUCTIONS DU BOOK (SUITE)

Optimisation SEO

P5 C13 Travaillée sur le contenu fourni dans le brief — ne pas substituer par la landing page.

- Les modifications portent sur au moins 3 éléments SEO (balises titre, méta description, mots-clés...).
- La justification intègre au moins un objectif SEO et un lien avec la cible visée.
- Les choix sont étayés par des données d'analyse ou outils (fréquence de mots-clés, test SEO, benchmark...).

Rétroplanning & community management

P6 C14 + C15 — Rétroplanning & déploiement campagne

- Calendrier en phases cohérent avec le brief.
- Ciblage, segmentation et activation décrits par canal.

P7 C16 — Note de personnalisation des messages

- Au moins 2 profils clients distincts couverts.
- Au moins 1 profil en situation de handicap avec adaptations concrètes du message ou du contenu.
- Variables de personnalisation explicitées par canal (email, social, SMS...).
- Outils ou mécanismes de scénarisation automatisée nommés et justifiés.

P8 C17 — Note de stratégie community management

- Au moins 3 types d'actions proposés (relais de contenu, interactions, modération, stimulation des échanges...).
- Modalités de modération précisées (délais de réponse, ton, gestion des cas critiques...).
- Stratégie alignée avec les cibles et canaux identifiés dans le brief.
- Démarche proactive explicitée — engagement, proximité relationnelle, fidélisation.

JOUR 4 – ORAL CERTIF

Défense live — 30 minutes

Le book est remis. Le jury l'a lu. Tu défends en partage d'écran avec les logiciels ouverts — drafts papier sur la table. Pas de slides. Tu présentes comme en réunion client.

15 MIN – PRÉSENTATION

Tu navigues dans tes fichiers de production ouverts à l'écran en partage. Tu pitches ta campagne en logique client — problématique, concept créatif, productions. Tu montres la progression drafts → final sur les productions clés. Le book et les logiciels sont ton seul support.

15 MIN – QUESTIONS JURY

Arbitrages UX/web (C12), choix SEO et outils (C13), paramétrage et logique de déploiement (C14), personnalisation CRM et profil handicap (C16), stratégie animation et modération (C17). Questions ancrées sur ton book réel.

ORAL J4 – QUESTIONS JURY PAR COMPÉTENCE

Point défendu	Question type jury
Expliquer le concept créatif et la cohérence de la campagne	Quel fil rouge relie tes 8 productions — en une phrase ?
Défendre les partis pris visuels et éditoriaux	Pourquoi ce ton, ce format, cette palette pour cette cible ?
Justifier les choix graphiques face à la charte fournie	Qu'as-tu adapté de la charte et pourquoi ?
Argumenter les arbitrages UX/web de la maquette	Pourquoi ce choix de navigation plutôt qu'un autre ?
Défendre l'intégration de l'accessibilité dans les productions	Comment as-tu traité le profil handicap concrètement ?
Expliquer les choix SEO sur le contenu fourni	Pourquoi ces 3 modifications plutôt que d'autres ?
Justifier la logique de déploiement et de ciblage	Sur quel critère as-tu segmenté ta diffusion ?
Défendre la stratégie de personnalisation par canal	Quelle variable de personnalisation a le plus d'impact ici ?
Argumenter la stratégie CM et les types d'actions retenus	Comment modérerais-tu un commentaire négatif sur ce compte ?
Prendre du recul sur l'ensemble de la campagne	Si tu avais 1 jour de plus, qu'est-ce que tu changerais en priorité ?

■ ■ Les questions s'appuient exclusivement sur le book remis. Connais ta maquette, tes choix SEO, tes règles de ciblage, tes personas de personnalisation.

LIVRABLE CERTIF

8 productions remises au jury

Ton livrable certifié E2 est un book structuré en 8 productions. Le jury dispose du book avant l'oral pour évaluer les compétences C9 à C17.

Prod.	Titre	Contenu attendu	Comp.
P1	Contenu éditorial	Conforme au format, support et cible du brief	C9
P2	Contenu graphique PAO	Visuels conformes à la charte — cohérence message/cible	C10
P3	Contenu multimédia	Vidéo/animation — accessibilité + éco-conception	C11
P4	Maquette landing page	UX/UI + RGAA — 3 clics max vers contenu principal	C12
P5	Optimisation SEO	Contenu fourni — 3 éléments min. modifiés + justifiés	C13
P6	Rétroplanning & déploiement	Paramétrage multicanal — ciblage, segmentation, activation	C14+C15
P7	Note personnalisation	Variables par canal — 1 profil handicap minimum	C16
P8	Note stratégie CM	3 types d'actions — modération — animation communauté	C17

CARTOGRAPHIE COMPÉTENCES – SUPPORT D'ÉVALUATION

Comp.	Intitulé	Production book
C9	Contenus éditoriaux adaptés aux supports et aux cibles	P1
C10	Contenus graphiques — PAO — charte graphique	P2
C11	Contenus multimédias — accessibilité + éco-conception	P3
C12	Pages web — UX/UI + accessibilité numérique (RGAA)	P4
C13	Optimisation SEO	P5
C14	Paramétrage campagne multicanale	P6
C15	Activation campagne multicanale	P6
C16	Personnalisation expérience client	P7
C17	Animation communautés clients/prospects	P8

- Le book est déposé au plus tard la veille de l'oral. En session intensive, dépôt au plus tard en fin de jour 3.
- Aucune modification n'est possible après le dépôt.
- Le jury dispose du book avant l'oral — il l'a lu. L'oral est la défense du book, pas sa présentation.
- Le log de prompts IA est joint au book comme annexe obligatoire.

CONSEILS

Ce qui fait la différence

01

Les drafts papier structurent la défense

Un jury qui ne voit pas de démarche de conception réelle le détecte immédiatement. Les drafts ne sont pas un rendu scolaire — ils montrent que tu as pensé avant de produire. Présente-les spontanément lors de la défense, sans attendre qu'on te les demande.

02

Le book est remis avant l'oral — il est lu

L'oral ne remplace pas un book incomplet. Le jury a lu chaque production avant ta défense. Ne compte pas sur le charisme à l'oral pour compenser des productions manquantes ou hors critères.

03

Le fil rouge créatif prime sur la performance isolée

8 productions cohérentes entre elles valent infiniment plus qu'un chef-d'œuvre isolé entouré de productions déconnectées. Commence par poser ton concept créatif J1 — toutes les productions dérivées en découlent.

04

Maîtrise C13 et C14 pour l'oral — ils s'évaluent principalement à l'oral

Le book contient la production. L'oral en exige la justification par les données et la logique professionnelle. Connais les outils SEO mobilisés, sache nommer tes critères de segmentation et tes règles de ciblage.

05

L'accessibilité n'est pas optionnelle dans C11 et C12

Le RACE est explicite : critères RGAA dans C12, dispositif d'accessibilité dans C11. Un contenu sans aucun élément d'accessibilité identifiable expose la compétence à une évaluation insuffisante — sans rattrapage possible.

06

C16 et C17 ne sont pas des notes de remplissage

Une note CM sans modalités de modération ni 3 types d'actions distincts ne valide pas C17. Une note personnalisation sans variables explicitées par canal ne valide pas C16. Traite-les avec le même niveau d'exigence que les productions graphiques.