



GESTION ET OPTIMISATION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DU PLAN MEDIA

## Community Manager

GESTIONNAIRE DE COMMUNAUTÉ



### Missions

Le Community Manager est chargé d'élaborer des stratégies d'influence et de présence d'une entreprise dans les médias sociaux afin d'augmenter le trafic sur les sites de l'annonceur, de promouvoir son image et ses produits, et de stimuler les ventes de manière directe ou indirecte. Il surveille l'e-réputation de la marque, il anime et gère la présence en ligne d'une marque ou d'une entreprise pour développer et fidéliser une communauté. Il veille à l'interaction avec les audiences et promeut une image positive de la marque. En fonction des entreprises, le Community manager peut travailler sous la supervision d'un Social Media Manager.

#### AUTRES APPELLATIONS :

Responsable de communautés sur les réseaux sociaux

Animateur de communauté en ligne

#### SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

#### SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

## Principales activités

- Participer au développement de la stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux en collaborant avec le Social Media Manager, les équipes marketing et créatives, afin de définir le ton et le message de la marque en fonction du brief client, de l'audience visée et des réseaux sociaux mobilisés.
- Créer et publier des contenus engageants et variés en prenant en compte les tendances et les spécificités de chaque réseau social, afin de maximiser l'engagement et l'interaction avec la communauté.
- Animer et modérer les échanges au sein des communautés en ligne pour maintenir une image positive de l'entreprise, répondre aux questions et commentaires, et gérer les critiques de manière proactive afin de protéger l'e-réputation du client et accroître sa notoriété.
- Suivre et analyser les performances des publications et des interactions en collaborant avec le Social Media Manager et les équipes d'optimisation des campagnes, en utilisant des indicateurs clés de performance pour évaluer l'impact des actions et ajuster la stratégie.
- Assurer une veille permanente sur les tendances, les sujets de discussion et les innovations numériques afin d'adapter les contenus et les stratégies aux évolutions des réseaux sociaux et aux attentes des audiences.

## Compétences clés requises

### ▼ Créer, concevoir et innover

- Élaborer des contenus, messages et supports adaptés aux différents formats et usages des plateformes sociales

### ▼ Contribuer au développement commercial

- Répondre aux interactions de manière professionnelle et adaptée pour entretenir un lien de proximité et de confiance avec les utilisateurs.

### ▼ Assurer un suivi de la campagne de communication

- Appliquer des techniques de modération en ligne en veillant à la bonne ambiance au sein de la communauté et intervenir de manière appropriée en cas de critiques ou de situations de crise.
- Analyser et interpréter les indicateurs de performance : utiliser les données d'engagement et les KPI pour mesurer l'impact des contenus et ajuster les actions en conséquence.

### ▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Ecrire, affiner et ajuster des prompts dans les technologies génératives d'IA afin de générer ou modifier du contenu et en évaluer la qualité avant de procéder à des ajustements

### ▼ Mener une veille et documentation

- Mettre en place une veille concurrentielle et sectorielle : rester informé des tendances digitales et des actions des concurrents pour anticiper et adapter les stratégies social media.

## Autres compétences

### Savoirs

- > Marketing
- > Communication écrite
- > Réseaux sociaux
- > Relation clients
- > Création de contenus éditoriaux
- > Techniques de prompt
- > Outils d'IA générative
- > Outils de veille
- > Tendances marché publicitaire

### Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > S'adapter aux changements
- > Avoir le sens du service

## Tendances d'évolution du métier

Avec la montée des contenus générés par les utilisateurs (UGC) et l'évolution vers des formats de contenu immersifs (vidéos courtes, live), le Community Manager doit s'adapter pour capter l'attention, tout en gérant les attentes croissantes en matière de transparence et d'engagement responsable.

## Environnement de travail et interlocuteurs

### En interne

- Social Media Manager
- Directeur de Clientèle
- Chef de projet
- Directeur Marketing et Communication
- Planneur stratégique
- Directeur de la création
- Data Analyst
- Chargé des Relations avec les Influenceurs

### En externe

- Clients
- Prestataires
- Médias
- Relais d'influence

 **Profil** souhaité

**Formations recommandées**

Bac+2 en communication, communication digitale, marketing digitale

**Expériences recommandées**

- > 1 à 3 ans idéalement, il est possible d'entrer sur le métier sans une première expérience