



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

Social Media Manager

RESPONSABLE DES RÉSEAUX SOCIAUX



Missions

Le Responsable des réseaux sociaux définit et pilote la stratégie de présence d'une marque sur les plateformes sociales afin de renforcer son image, d'engager les audiences et de soutenir les objectifs marketing. Il supervise la création de contenus, analyse les performances et veille à l'animation des communautés.

AUTRES APPELLATIONS :

Community manager senior

Gestionnaire des communautés en ligne

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

Principales activités

- Définir et mettre en œuvre la stratégie éditoriale en concevant et pilotant la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux afin de maximiser l'engagement et la visibilité de la marque, en tenant compte des spécificités et tendances de chaque plateforme.
- Coordonner la création et la gestion des contenus en supervisant la production de formats adaptés aux réseaux sociaux (vidéos, visuels, textes), en collaboration avec les équipes créatives, et en garantissant leur cohérence avec l'image de marque.
- Animer et modérer les communautés en gérant l'interaction avec les utilisateurs, en répondant aux commentaires et messages, et en animant les échanges pour renforcer le lien avec les audiences, en coordination avec les community managers.
- Analyser et optimiser les performances en suivant et en interprétant les indicateurs clés (KPI), en identifiant les tendances et en ajustant les stratégies pour améliorer la portée, l'engagement et la conversion, en lien avec les équipes de suivi des campagnes et marketing.
- Assurer une veille et s'adapter aux évolutions du secteur en identifiant les nouvelles tendances, innovations et évolutions des plateformes afin d'anticiper les changements et d'optimiser les stratégies de communication digitale.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Élaborer une stratégie de contenu pour les réseaux sociaux en fonction des objectifs de communication et marketing de la marque.

▼ Manager et organiser une équipe

- Diffuser et présenter aux community managers la stratégie de contenu élaborée pour garantir une déclinaison opérationnelle cohérente avec la stratégie définie
- Organiser le travail entre les community managers en fonction des priorités, de la charge de travail des équipes et des besoins des clients

▼ Superviser une campagne de communication

- Superviser la production de contenus numériques en garantissant leur qualité et leur cohérence avec l'identité de marque.
- Analyser les performances des campagnes sociales en utilisant les données analytiques pour affiner les stratégies et améliorer l'impact des contenus.
- Gérer et animer des communautés en ligne en favorisant les interactions et en maintenant un lien d'engagement avec les audiences.

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille sur les tendances digitales par média afin de proposer des approches innovantes et actuelles dans la stratégie de contenu.

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Utiliser les technologies d'intelligence artificielle pour automatiser la veille, analyser les tendances et optimiser la diffusion des contenus.

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Communication écrite
- > Réseaux sociaux
- > Management stratégique
- > Relation clients
- > Création de contenus éditoriaux
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Outils d'analyse et de tracking
- > Veille technologique
- > Techniques de prompt
- > Outils d'IA générative

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'évolution rapide des algorithmes, l'essor des formats courts et immersifs, ainsi que l'attente croissante de responsabilité sociale des marques influencent directement les stratégies digitales. L'intégration de l'intelligence artificielle transforme également le métier en automatisant la surveillance des interactions et la production de contenus.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Community Manager
- Directeur de Clientèle
- Chef de projet
- Directeur Marketing et Communication
- Directeur des études
- Directeur de la création
- Data Analyst
- Chargé des Relations avec les Influenceurs

En externe

- Clients
- Relais d'influence
- Prestataires

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 : diplôme d'école de commerce ou formation en communication, marketing digital ou équivalent, avec une spécialisation en community management ou réseaux sociaux.

Expériences recommandées

- > Expérience de 3 à 5 ans en tant que Community Manager

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Social Media Manager

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Consultant en Marketing d'Influence

EVOLUTIONS POSSIBLES