

Community manager (H/F)

Marketing & Commerce digital
Marketing omnicanal

Description de l'emploi

Le community manager gère et anime la présence de l'enseigne sur les réseaux sociaux dans l'objectif de développer la visibilité de ses produits/marques et services, sa notoriété et les relations avec sa communauté.

En alignement avec les objectifs de communication sur les réseaux sociaux de l'enseigne et en tenant compte de la stratégie éditoriale digitale et des publics cibles, le community manager crée, planifie et publie du contenu attrayant, informatif et engageant.

Il interagit avec la communauté sur les réseaux sociaux. Il répond aux commentaires, aux questions et aux messages des utilisateurs, en veillant à maintenir une communication positive et à résoudre les problèmes éventuels. Il fait respecter les règles éthiques de la communauté.

Il suit et gère l'e-réputation de l'entreprise à l'aide d'outils analytiques.

Il gère les comptes de l'entreprise sur les différentes plateformes de médias sociaux, assure la gestion de l'historique et de l'archivage des données contenues sur le site. Il suit également la mise à jour des règles d'utilisation des réseaux sociaux.

Il participe au suivi des performances des publications, des campagnes et des interactions sur les réseaux sociaux : nombre de vues, engagements (likes, commentaires, partages), portée... Il mesure l'efficacité des actions, identifie des opportunités d'optimisation et propose des axes d'amélioration.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

Le métier est accessible à partir d'un diplôme de niveau de bac+3 à bac +5 dans le domaine du commerce et du marketing digital, en communication ou formations spécifiques en community management. La pratique de l'anglais est requise.

Formations courantes (liste non exhaustive) :

- Titre à finalité professionnelle - Community manager
- Titre à finalité professionnelle - Communication digitale et E-business
- Titre à finalité professionnelle - Chef de projet marketing digital et communication
- Licence Professionnelle - E-commerce et marketing numérique
- BUT - Information-Communication : Information numérique dans les organisations
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie marketing digitale
- MASTER - Communication des organisations



Autres appellations

- Social media manager

Activités

- Veille sur les sites et plateformes émergents, les nouveaux usages, les règles d'utilisation des réseaux sociaux, veille concurrentielle sur la stratégie et la gestion de communauté.
- Création, planification et publication de contenu selon les campagnes de community management : promotion de produits ou services, notoriété de la marque, engagement des abonnés, campagnes événementielles, concours...
- Gestion des comptes de l'enseigne sur des réseaux sociaux et archivage des publications.
- Interaction avec la communauté.
- Veille et gestion l'e-réputation de l'entreprise
- Participation à l'analyse et au suivi des performances des publications et des campagnes.
- Proposition d'ajustements, d'axes d'amélioration en fonction des résultats des performances.

Community manager (H/F)

Marketing & Commerce digital
Marketing omnicanal

Compétences techniques

CONCEVOIR, PLANIFIER ET GÉRER LE CONTENU DES CAMPAGNES DE COMMUNITY MANAGEMENT

- Effectuer une veille sur les tendances actuelles des médias sociaux, sur les sites et plateformes émergents, les nouveaux usages, les règles d'utilisation des réseaux sociaux et sur les stratégies et actions de la concurrence sur les réseaux sociaux.
- Appréhender la stratégie éditoriale digitale de l'enseigne, les objectifs et le public cible des campagnes et l'environnement de ses réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn...).
- Concevoir le contenu spécifique et cohérent à chaque campagne et adapté à chaque plateforme de médias sociaux : promotion de produits ou services, notoriété de la marque, engagement des abonnés, campagnes événementielles, concours...
- Planifier et gérer la diffusion du contenu selon le calendrier éditorial.
- Gérer l'historique et l'archivage des ressources utilisées et des données contenues sur le site (sujets abordés, informations et documents transmis par l'entreprise ou les internautes...).

GÉRER, ANIMER ET SURVEILLER LA PRÉSENCE DE L'ENSEIGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Appréhender les particularités de fonctionnement des différentes plateformes de médias sociaux.
- Gérer les comptes de l'entreprise sur différentes plateformes de médias sociaux.
- Interagir avec la communauté en ligne, répondre aux commentaires et aux messages et maintenir une relation positive avec les abonnés.
- Stimuler l'engagement des utilisateurs sur les réseaux sociaux et assurer une présence régulière et cohérente pour favoriser l'interaction et la fidélisation : questions, sondages, conversations... conformément au planning éditorial et à la politique websociale de l'entreprise.
- Surveiller la réputation de l'enseigne sur les médias sociaux, gérer les situations de crise et à prendre des mesures appropriées, conformément aux directives de son responsable, pour préserver et améliorer la réputation de l'entreprise.



PARTICIPER AU SUIVI DES PERFORMANCES DES PUBLICATIONS, CAMPAGNES ET INTERACTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Utiliser les outils d'analyse des médias sociaux pour collecter les données relatives aux performances des publications, des campagnes et des interactions sur les réseaux sociaux.
- Participer à l'analyse des données pour évaluer les performances et effectuer des reportings réguliers à son responsable.
- Identifier et proposer des axes d'amélioration pour permettre l'ajustement des campagnes et la stratégie éditoriale : modifications dans les messages, canaux de diffusion, formats de contenu, périodes de publication...
- Participer au suivi de l'impact des améliorations sur les performances et les objectifs fixés.

Community manager (H/F)

Marketing & Commerce digital
Marketing omnicanal

Compétences comportementales

Indispensables pour tous les emplois dans le secteur du Bricolage :

- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Sens de la performance et du résultat

Fondamentales pour cet emploi :

- Créativité, curiosité
- Autonomie, prise d'initiative
- Capacité d'analyse et de synthèse

**Vous souhaitez en savoir plus sur les
compétences comportementales ?
Scannez-moi !**



Relations fonctionnelles externes et internes

En interne : Selon l'organisation et la taille de l'entreprise, le community manager peut intervenir sous la supervision du brand content manager qui définit la stratégie éditoriale digitale. Il peut également être sous la responsabilité du directeur et/ou du responsable marketing omnicanal de l'enseigne.

En externe : Il est en relation avec les abonnées, les communautés en ligne. Il peut être en relation avec les influenceurs et partenaires pour organiser des campagnes conjointes ou des événements.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le community manager peut évoluer vers les fonctions de brand content manager. Il peut également s'orienter vers les métiers des médias et de la communication.