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

**Community Manager**

Gestionnaire de communauté

**Missions**

Le/la Community Manager est chargé d'élaborer les stratégies d'influence et de présence de l'entreprise dans les médias sociaux afin d'augmenter le trafic sur le site de la régie publicitaire, de promouvoir son image et son offre de services. Il surveille l'e-réputation de la marque, il anime et gère la présence en ligne de son actualité et de ses activités dans le but de développer et fidéliser sa communauté. Il veille à l'interaction avec les audiences. Selon les entreprises, le Community manager peut travailler sous la supervision du directeur Marketing, études et communication.

**Autres appellations**

* Responsable de communautés sur les réseaux sociaux
* Animateur de communauté en ligne

**Segments d'activités**

* Agences conseil en communication
* Agences média
* Régies communication extérieure
* Régies publicitaires

**Spécificités**

Métier en transformation

**Principales activités**

* Participer au développement de la stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux en collaborant avec les équipes marketing et créatives, afin de définir le ton et le contenu du message à déployer selon le sujet à couvrir, 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 de l'entreprise et préserver son image.
* Suivre et analyser les performances des publications et des interactions 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 (social listening) et les innovations numériques afin d'adapter les contenus et les stratégies aux évolutions des réseaux sociaux.

**Activités spécifiques au métier dans les Régies publicitaires Médias**

* Dans les régies publicitaires, les missions relatives à l’animation des communautés en ligne (community management) ne constituent pas un métier à part entière. Elles sont généralement intégrées aux fonctions du chargé de communication et/ou du chargé des relations publiques et institutionnelles.

**Compétences clés requises**

* Créer, concevoir et innover
* Contribuer au développement commercial
* 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
* Mener une veille et documentation

**Autres compétences**

**Savoirs**

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

**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/trice de Clientèle
* Chef de projet
* Directeur Marketing et Communication
* Planneur stratégique
* Data Analyst

**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