

Community manager Fiche métier

Quelles sont les missions du Community manager ?

Les objectifs et les canaux de communication peuvent être variables en fonction de l'activité de l'entreprise. Un salon de coiffure n'utilisera pas les mêmes réseaux sociaux et n'aura pas la même clientèle qu'un traiteur par exemple.

De manière globale, le Community manager pourra être amené à :

Développer la notoriété de l'entreprise et ses produits sur les réseaux et les sites

- Construire l'image de la marque : trouver le [persona](#), écrire les valeurs, le message, le ton.
- Trouver les réseaux sociaux et les canaux de communication les plus efficace pour une cible donnée.
- Créer des plannings **éditoriaux** et des plans de communication pour construire une **stratégie de contenu**.
- Créer des posts **sur les réseaux sociaux de manière régulière**,
- Alimenter des Newsletters,
- Ecrire des articles de blog et travailler le référencement d'un site,
- Faire des webinars, des interviews et des vidéos,

Travailler la marque employeur

- Créer une fiche marketing sur les valeurs argumentées de l'entreprise ou association.
- Publier des posts parlant des avantages en visant les futurs salariés,
- Créer des pages entreprises sur les jobboards et les sites spécialisés dans le recrutement,
- Alimenter les réseaux sociaux sur "la vie en entreprise",
- Faire des interviews de salariés,
- Créer et alimenter l'espace carrière d'un blog.

Animer et renforcer la communauté (fidéliser)

- Organiser des **jeux concours**, des sondages et autres posts interactifs,
- Créer des interactions entre les membres et booster le sentiment d'appartenance au groupe,
- Proposer un système d'ambassadeurs aux abonnés répondant à des critères précis,
- Alimenter les réseaux en répondant aux messages des abonnés sur les publications,
- Répondre aux avis,
- S'intéresser aux abonnés pour mieux comprendre le cœur de cible (age, habitudes),
- Organiser des événements avec des membres de la communauté,

Développer et tester des stratégies marketing (veille)

- Tester des nouvelles techniques de multicanales,
- Chercher les **nouveaux outils** de Community management sur le marché pour rester toujours performant,
- Garder toujours un œil sur la concurrence et leur communication,
- Suivre des personnalités créative et influentes dans le même secteur d'activité,
- Faire de la veille afin d'analyser les actions des concurrents et de trouver de nouvelles idées de posts.

Analyser les résultats et proposer des pivots stratégiques

- Analyser le taux de clic, le taux d'engagement et le nombre d'abonnés des **médias sociaux**,
- Savoir identifier quelle campagne à fonctionné et pourquoi,
- Créer des reportings en proposant toujours de nouvelles idées,
- Suivre l'audience et analyser son comportement pour mieux la comprendre,
- Coordonnée les informations entre les différents services **webmarketing**.