

Fonction

COMMUNITY MANAGER IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [MANAGER DE POLE SPECIALISE ET REFERENT \(BRANCHES / GROUPE\) IV.A \(H/F\)](#)
- [COMMUNITY MANAGER IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT ETUDES STRATEGIQUES MARQUE ET MEDIAS IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT ETUDES STRATEGIQUES MARQUE ET MEDIAS IV.B \(H/F\)](#)
- [MANAGER POLE SPECIALISE ET REFERENT \(BRANCHES/GROUPE\) IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION ET PROFESSIONALISATION DE COMMUNICANTS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION EXPERT. IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION EXPERT. IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION OPERATIONNELLE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION OPERATIONNELLE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CONTENU PRINT ET DIGITAL III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CONTENU PRINT ET DIGITAL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE RELATIONS MEDIASL III.3 \(H/F\) V](#)
- [RESPONSABLE RELATIONS MEDIAS IV.A \(H/F\) V](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie et des politiques de communication du Groupe et des Branches, le community manager assure la présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn...), suit attentivement l'évolution de la e-réputation et entretient des relations avec les internautes, journalistes et influenceurs, en animant et fédérant des communautés en ligne.

Missions

Développer la connaissance des activités et des offres du Groupe au sein des communautés en ligne

- Assurer la veille et l'analyse fine de l'évolution de la e-réputation du Groupe ou de ses Branches sur l'ensemble des canaux numériques pertinents (forum et supports on-line)
- Repérer et suivre les discussions en ligne sur le web, en vue d'interagir et de faire partie de communautés pouvant influer sur le positionnement des marques du Groupe (bloggeurs,influenceurs, leaders d'opinion...)
- Rédiger ou relayer des contenus permettant le développement de la visibilité du Groupe ou de sa branche, en s'appuyant sur les lignes éditoriales définies
- Planifier et suivre les actions de recrutement de membres en ligne (partenariat, parrainage,campagne d'e-mailing...)

Renforcer la cohésion des communautés

- Animer les différentes communautés de l'entreprise en respectant la spécificité de chacune d'entre elles (corporate, professionnelle, communautaire, marchande...)
- Faire des membres déjà existants des relais d'information au sein des communautés (recrutement et fidélisation d'influenceurs)
- Faire respecter les règles éthiques des communautés via une action de modération sur le contenu produit par les internautes, en lien avec les valeurs du Groupe
- Rechercher de nouveaux liens d'interaction permettant d'étendre l'influence des communautés
- Assurer la fidélisation des internautes via des évènements on line
- Mettre en oeuvre des opérations off line afin de réunir physiquement la communauté et ses leaders

Evaluer et suivre les actions de communication

- Être en veille, évaluer et partager les atteintes ou risques émis sur le Groupe et /ou ses Branches
- Participer à la communication de crise
- Piloter les prestataires / partenaires internes et externes sur son domaine d'intervention
- Définir les indicateurs et effectuer un suivi des actions de communication engagées en ligne

Participer à la vie de son équipe et au développement des outils

- Signaler les bugs des fonctionnalités des différents outils de son périmètre d'activité
- Coordonner, avec les équipes techniques, les améliorations à apporter à ces outils
- Animer fonctionnellement la filière sur son domaine d'expertise (méthodes, bonnes pratiques...)
- Apporter son aide aux équipes, favoriser la cohésion d'équipe et l'entraide

Compétences

Communication et marketing

Image de marque

Valoriser, appliquer et respecter les codes et identités de(s) marque(s) du Groupe, et maîtriser l'image de(s) marque(s) sur les différents supports médias de son périmètre.

Communication de crise

Savoir anticiper et identifier les crises, gérer leur communication en interne / externe ainsi que leur sortie dans le respect des processus définis.

Digital et Data

Culture digitale

Connaître l'environnement et les enjeux du digital pour un usage personnel ou professionnel, par une veille régulière. Être conscient(e) de l'impact du numérique sur les méthodes de travail et les relations avec la clientèle. Faire preuve de curiosité et d'adaptabilité face aux évolutions digitales (nouveaux outils et usages).

Réalisation de contenus digitaux

Etre capable de concevoir des documents numériques (textes, présentations, création schémas, tableurs etc.), produire des supports audiovisuels et développer des contenus de communication digitale.

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Efficacité professionnelle

Veille / innovation / tendances

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité.

Relation Client

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client / partenaire, le challenger et l'alerter à bon escient et rechercher des solutions aux besoins exprimés en prenant en compte les impacts potentiels.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Groupe - siège

Effectif de la fonction

De 1 à 9