RIASEC : Es

M1719
CHARGÉ / CHARGÉE DES RELATIONS AVEC LES INFLUENCEURS

Emploi cadre

Transition numérique

Définition

Le Chargé des Relations avec les influenceurs est responsable de la mise en place de collaborations entre une marque et des créateurs de contenus sur les réseaux sociaux.

- Identifier et sélectionner les influenceurs en analysant les audiences, les valeurs et le positionnement des créateurs de contenu
- Concevoir et négocier les partenariats
- Piloter et valider les contenus en coordonnant les échanges avec les influenceurs et la marque
- Assurer une veille et anticiper les tendances

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac+3 à Bac+5 en communication, marketing ou relations publiques avec une passion pour les réseaux sociaux et une excellente culture des réseaux sociaux.

Certifications et diplômes :

- Chargé de communication et du marketing
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Développer des partenariats avec des créateurs de contenu — Transition numérique
- Piloter la production de contenus de communication
- Assurer une veille sur les réseaux sociaux
- Identifier les influenceurs émergents

Management, Social, Soin

- Animer un réseau de professionnels
- Intégrer les partenariats d'influence dans une stratégie globale de communication

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Développer une stratégie de contenu adaptée

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Travailler en collaboration avec les équipes marketing, créatives et digitales
- Développer et entretenir un réseau

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser les besoins des clients
- Négocier et développer des partenariats stratégiques dans le secteur média
- Veiller à l'alignement des contenus avec les attentes des clients et les valeurs de la marque
- Mesurer l'impact d'une action de promotion
- Analyser les performances d'une campagne digitale — Transition numérique

Management, Social, Soin

- Collaborer avec d'autres départements pour aligner les stratégies
- Développer et entretenir un réseau de créateurs de contenu

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie de communication
- Contribuer à une stratégie de communication
- Conduire une campagne de communication
- Traiter les données de performance des campagnes

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier
- Conduire des réunions de brainstorming
- Sensibiliser les équipes aux enjeux de la Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) — Transition écologique
- Gérer les relations avec les influenceurs — Transition numérique
- Argumenter pour défendre une stratégie de contenu
- Analyser des données de suivi des campagnes

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de réactivité
- Inspirer, donner du sens
- Etre force de proposition
- Avoir l'esprit d'équipe

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoirs

Domaines d'expertise

- Animation de réseaux sociaux — Transition numérique
- Argumentation commerciale
- Bureautique et outils collaboratifs — Transition numérique
- Collaboration avec des créateurs de contenu — Transition numérique
- Conception de contenu pour les réseaux sociaux — Transition numérique
- Plateformes de publicité en ligne — Transition numérique
- Création de contenu adapté aux réseaux sociaux — Transition numérique
- Développement de partenariats avec des influenceurs — Transition numérique
- Gestion de contenu sur les plateformes sociales — Transition numérique
- Indicateurs et outils de pilotage organisationnel
- Négociation avec des artistes et des labels
- Techniques de négociation avec les clients
- Négocier avec des influenceurs
- Présentation orale d'arguments
- Utilisation d'outils analytiques — Transition numérique
- Veille concurrentielle dans le secteur multimédia — Transition numérique

Techniques professionnelles

- Techniques de marketing d'influence — Transition numérique
- Veille concurrentielle sur le marché digital — Transition numérique
- Veille de marques
- Veille de tendances
- Veille technologique sur les réseaux sociaux

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Station assise prolongée
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
- Travailleur indépendant

Types de structures

- Entreprises de médias
- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail