

E1124

SOCIAL MEDIA MANAGER - RESPONSABLE DES MÉDIAS SOCIAUX

Emploi
cadreTransition
numérique

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe de projet social media optimization (SMO)
- Responsable de réseaux sociaux
- Expert / Experte SMO
- Social media manager

Définition

Le Social media manager élabore les stratégies d'influence et de présence d'une marque ou d'une entreprise, et gère les campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.

- Élabore et met en œuvre la stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Gère et anime les communautés en ligne pour accroître la visibilité de l'entreprise
- Crée et optimise le contenu pour les différentes plateformes sociales
- Analyse les performances des campagnes et ajuste les stratégies en conséquence
- Collabore avec d'autres départements pour assurer la cohérence de la communication
- Peut former et superviser une équipe de community managers

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac+2 (si expérience) à Bac+5 en communication.

Certifications et diplômes :

- BTS études de réalisation d'un projet de communication option A : études de réalisation de produits plurimedia
- BTS communication
- Licence pro mention communication et valorisation de la création artistique
- Licence mention information-communication
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Manager marketing digital et communication
- Diplôme supérieur en management du marketing digital

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Gérer les communications de l'établissement sur les réseaux sociaux
- Optimiser la visibilité des publications sur les réseaux sociaux
- Planifier les publications en fonction des analyses de données
- Assurer la conformité des publications avec les régulations digitales
- Intégrer les retours des utilisateurs dans les stratégies de développement

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Développement économique

- Déterminer des objectifs de performance, suivre les réalisations et identifier les actions correctives
- Définir une stratégie e-influence et e-réputation

Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Maîtriser les stratégies et enjeux de la présence en ligne
- Respecter les normes éthiques et de confidentialité

Transition numérique

Management, Social, Soins

- Former les équipes internes aux meilleures pratiques des médias sociaux
- Collaborer avec d'autres départements pour aligner les stratégies SMO

Transition numérique

Transition numérique

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Gérer une situation de crise
- Contrôler la qualité des services fournis aux clients

Savoir-faire secondaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie de communication
- Planifier et organiser des événements en ligne Transition numérique
- Créer du contenu attractif pour les réseaux sociaux Transition numérique
- Analyser des données statistiques pour des projets spécifiques
- Utiliser des outils CRM pour gérer les interactions clients
- Evaluer les nouvelles technologies et leur applicabilité Transition numérique
- Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site ou d'une plateforme, et les comportements de navigation des visiteurs Transition numérique
- Organiser des sessions de brainstorming pour des idées de contenu

Développement économique

- Recueillir et analyser les besoins client
- Répondre aux attentes d'un client
- Analyser les indicateurs de performance après chaque action marketing afin d'améliorer les opérations commerciales et développer le chiffre d'affaires
- Surveiller les indicateurs de performance des médias sociaux Transition numérique
- Maîtriser la e-réputation d'une entreprise Transition numérique
- Adapter les stratégies aux différentes plateformes et audiences Transition numérique
- Assurer le suivi des performances éditoriales
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web Transition numérique
- Optimiser les campagnes pour maximiser le retour sur investissement
- Proposer des améliorations pour les outils de gestion des médias sociaux Transition numérique
- Analyser les tendances des réseaux sociaux Transition numérique
- Veiller à la cohérence de l'image de l'entreprise sur l'ensemble des déclinaisons de la communication et des supports (éditorial, Web, Intranet, événements, médias, réseaux sociaux) Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Réaliser une veille continue sur les nouvelles plateformes sociales

Management, Social, Soins

- Optimiser les effectifs, l'adéquation et l'allocation des ressources
- Fédérer et stimuler les équipes

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Gérer les crises de réputation en ligne
- Veiller au respect d'une ligne éditoriale
- Veiller au respect des délais de livraison des projets

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Participer à la définition du planning, du budget global et des délais
- Etablir des rapports réguliers sur les activités des médias sociaux
- Elaborer, suivre et piloter un budget
- Gérer les budgets de campagnes publicitaires digitales
- Optimiser les coûts et les délais de réalisation
- Implémenter des mesures d'économie d'énergie

Transition numérique

Transition numérique

Transition écologique

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de sens des responsabilités

Savoirs

Domaines d'expertise

- Conception de contenu pour les réseaux sociaux
- Analyse de données de trafic
- Sociologie des médias
- Utilisation d'outils de gestion des réseaux sociaux
- Logiciels d'édition multimédia
- Gestion de bases de données multimédia
- Publication Assistée par Ordinateur (PAO)

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Normes et procédés

- Excellente culture digitale (Internet et réseaux sociaux, publicité online, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produits...)
- Marketing des réseaux sociaux
- Droit de la culture et des médias
- Normes rédactionnelles

Techniques professionnelles

- Techniques de marketing d'influence
- Techniques de promotion et publicité sur les réseaux sociaux

Transition numérique

Transition numérique

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
-



Statut d'emploi

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



Types de structures

- Entreprises de médias
 - Entreprises et milieux professionnels
 - Organisme public
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing