

M1719

CHARGÉ / CHARGÉE DES RELATIONS AVEC LES INFLUENCEURS

Emploi
cadreTransition
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
- Piloter la production de contenus de communication
- Assurer une veille sur les réseaux sociaux
- Identifier les influenceurs émergents

Transition numérique

👤 Management, Social, Soins

- 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

Management, Social, Soins

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

Transition numérique

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie de communication
- Contribuer à une stratégie de communication
- Argumenter pour défendre une stratégie de contenu
- Conduire une campagne de communication
- Traiter les données de performance des campagnes
- Analyser les performances d'une campagne digitale

Transition numérique

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier
- Conduire des réunions de brainstorming
- Analyser des données de suivi des campagnes

Savoir-être professionnels

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

Savoirs

Domaines d'expertise

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

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Techniques professionnelles

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

Transition numérique

Transition numérique

Normes et procédés

- Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

Transition écologique

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
-

Secteurs d'activité

- Communication et marketing