



Fiche métier – Community manager

Community manager

Dans quelle(s) structure(s) ?

- Annonceur (service communication)
- Agence web

Rôle

L'e-reputation, la cyber-réputation ou la réputation numérique correspond à l'image, la perception que les internautes vont avoir d'une marque ou d'une personne à partir de ce qu'ils en voient sur l'internet, dans les blogs, les forums, les avis de consommateurs, les réseaux sociaux, etc.

Le/la community manager ou gestionnaire de communautés surveille, contrôle, développe et défend la réputation d'une marque ou d'une entreprise sur l'internet ou tout autre média à dimension communautaire. Il/elle génère régulièrement du contenu pour animer les communautés, entretenir leur intérêt et les faire venir régulièrement sur un site ou une page spécifique.

Missions

Le/la community manager a trois missions principales :

- Une mission de contribution

À l'écoute du web social*, il/elle recrute et anime les communautés

Gère la page Facebook, le compte Twitter, le blog et tout ce qui s'apparente à une communauté autour de la marque, du produit ou du service

Fournit des informations, lance des discussions, apporte des réponses, fait intervenir des experts

Établit des partenariats pour accroître le trafic** vers ses espaces

- Une mission de représentation

Prend la parole au nom de la marque

Influence les choix autour de la marque

Gère la réputation

Gère les actions marketing en coordination avec les autres services (par exemple un événement extérieur pourra être accompagné d'un événement sur le web)

- Une mission de respect de la « netiquette »***

Veille au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté

Interlocuteurs

Services informatiques ou web, sites communautaires

Chef de projet et équipe créative (graphiste, intégrateur multimédia)

Compétences requises

Veille permanente sur les nouveaux sites et les innovations, surtout en matière de réseaux sociaux

Capacité à fédérer

Connaissance du jargon, des codes et des bonnes pratiques (éthique, « netiquette »...)

Bonnes capacités rédactionnelles

Qualités

Adepte des nouvelles technologies

Attentif aux innovations de l'internet

Médiateur dans l'âme : à l'écoute et réactif

Formation

Bac + 2 à Bac + 5

- BTS ou DUT en information, communication, métiers du multimédia et de l'internet

- Formation universitaire en sciences humaines (lettres, arts, histoire, sociologie...) complétée par une spécialisation dans la communication on-line.

- IEP (institut d'études politiques) ou écoles de commerce généralistes, complétées par une spécialisation dans la communication on-line.

- Ecoles spécialisées en communication, marketing, relations publiques ou dans le journalisme (Celsa, CFPJ, ECS, Efad, Iscom, ISTC, Iserp...)

Définitions :

* Web social : espaces de socialisation de l'internet, où les internautes prennent la parole.

** Trafic : la fréquentation du site en nombre de visiteurs et de pages vues.

*** Nétiquette : charte de bonne conduite des acteurs sur l'internet.

Voir l'Association des fournisseurs d'accès et de services internet www.afa-france.com