



# SOCIAL MEDIA MANAGER (H/F)

Autre(s) appellation(s) : Responsable des médias ou réseaux sociaux (H/F)

Il/elle veille à l'e-réputation d'une marque, d'une entreprise sur internet et sur les réseaux sociaux. Le social media manager (H/F) développe une stratégie de présence numérique avec la direction marketing, définit les contenus, publie et anime les différents réseaux sociaux pour améliorer la visibilité et l'image de l'entreprise dans le but d'acquérir de nouveaux clients.

## ➤ Accès à l'emploi

Les formations/certifications courantes pour accéder à l'emploi (cette liste n'étant pas exhaustive) sont :

- RNCP34589 – Chargé de communication plurimédia (niv.6)
- RNCP36485 – Responsable de la performance commerciale et du marketing digital (niv.6)
- RNCP34304 – Manager de la communication numérique (niv.7)
- DipViGrM – Diplôme Programme Grande Ecole
- RNCP31916-Manager des stratégies communication marketing (niv.7)
- RNCP34577-Manager de la communication et du marketing digital (niv.7)

Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé  
Pratique de l'anglais requise

## ➤ Relations fonctionnelles

Le social media manager (H/F) intervient sous la responsabilité du responsable marketing et communication (H/F)

### Relations internes :

- En lien avec les métiers de la filière « Marketing et expérience client »
- Chef de produit (H/F)
- Chefs d'équipe (H/F)
- Directeurs de département (H/F)

### Relations externes :

- Clients
- Communautés en ligne
- Prestataires

## ➤ Mobilité professionnelle

Le social media manager (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Responsable marketing (H/F)
- Directeur marketing omnicanal (H/F)





## ➤ Activités & compétences techniques



En fonction du contexte de l'entreprise et du poste concerné, la personne peut exercer tout ou partie des activités suivantes :

### Mettre en place une veille concurrentielle et une veille « marque employeur »

- Appréhender les évolutions en termes de storytelling et de communication dans son secteur et dans sa zone géographique
- Assurer une veille concurrentielle et analyser le comportement des consommateurs, afin d'anticiper les tendances du marché
- Effectuer des analyses de tendances en matière de communication et identifier les opportunités
- Rassembler les informations liées aux produits (informations techniques notamment) et créer une banque de contenus

### Développer une stratégie d'influence et de présence sur les réseaux sociaux

- Concevoir la stratégie de communication marketing sur les médias sociaux et la décliner avec les community managers
- Planifier et mettre en œuvre des campagnes sur les médias sociaux pour promouvoir les produits et/ou services en produisant des contenus (publications, images, vidéos, articles...)
- Créer du contenu engageant sur les médias sociaux pour dynamiser l'image de marque, présenter les produits et attirer de nouveaux clients
- Créer une interaction positive avec la communauté en ligne

### Suivre et développer la notoriété de la marque en ligne

- Suivre les indicateurs clés de performance pour évaluer l'efficacité des campagnes et de la stratégie de présence numérique
- Suivre les résultats en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation de clientèle par segment, grâce à des outils de web analytics
- Identifier et mettre en œuvre des axes d'amélioration

### Animer et gérer les équipes

- Organiser, coordonner et suivre l'activité des équipes
- Définir et appliquer une politique managériale adaptée
- Fédérer les équipes autour des valeurs et projets d'entreprise
- Animer et motiver les équipes, encourager les initiatives
- Anticiper et gérer les conflits
- Assurer le recrutement et le développement des compétences des collaborateurs



## ➤ Compétences comportementales

- + Esprit d'équipe
- + Aisance relationnelle
- + Créativité
- + Capacité d'analyse
- + Réactivité

