



Community Manager

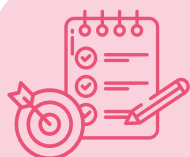
Appellations voisines : Animateur de communautés, Chargé de communication digitale, Gestionnaire de communauté, Responsable de la communication en ligne, Responsable réseaux sociaux, Chef de projet réseaux sociaux



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le community manager travaille sous la responsabilité du service communication (marketing et/ou promotion). Il collabore étroitement avec les équipes éditoriales, artistiques et digitales pour assurer la cohérence des messages afin de coordonner les campagnes et interpréter les performances. Il peut être amené à travailler avec les agences, graphistes, vidéastes ou encore influenceurs.

Si ses missions peuvent s'exercer en distanciel, il peut être souvent mobilisé lors d'événements : avant-premières, concerts, dédicaces, salons, festivals ou lancement d'ouvrages.



MISSIONS

Le community manager anime, développe et fédère les communautés autour d'un artiste, d'un auteur, d'une œuvre, d'un enregistrement, d'une maison d'édition ou d'un label. Il joue un rôle clé dans la visibilité, la notoriété et l'image de ces derniers notamment sur les réseaux sociaux. En particulier, il :

- définit et met en œuvre la stratégie de présence et d'engagement sur les réseaux sociaux ;
- crée, planifie et diffuse des contenus adaptés à chaque plateforme (posts, stories, reels, vidéos, playlists...) ;
- entretient un lien régulier et positif avec les communautés (lecteurs, fans, influenceurs, etc.) ;
- assure la modération des échanges et le respect des chartes éthiques et juridiques ;
- collabore avec les équipes marketing, communication, éditoriales et artistiques pour garantir la cohérence du discours et de l'identité visuelle ;
- analyse les indicateurs de performance et ajuste les stratégies ;
- identifie et sollicite les relais d'influence (partenariats, campagnes sponsorisées, collaborations créatives) ;
- garantit le respect du budget qui lui est alloué et de sa ventilation entre les différents projets ;
- réalise un travail de veille continue.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à plusieurs niveaux de responsabilité, de social media manager à responsable de communication digitale



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de communication, attaché de presse, chargé de promotion**
- Par la formation : **Chef de produits**
- Par reconversion : **Webmaster**



Community Manager

Appellations voisines : Animateur de communautés, Chargé de communication digitale, Gestionnaire de communauté, Responsable de la communication en ligne, Responsable réseaux sociaux, Chef de projet réseaux sociaux



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Élaborer et piloter une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée aux publics cibles et aux plateformes
- Créer et planifier des contenus engageants (textes, images, sons, vidéos) en cohérence avec l'identité éditoriale ou artistique
- Repérer les tendances du web (trends)
- Savoir s'adapter à différents styles et aux directions artistiques
- Faire preuve de réactivité dans la modération en ligne
- Maîtriser les réseaux sociaux et leurs codes
- Saisir les méta-données pour permettre le référencement des contenus
- Rédiger des contenus (newsletters, communiqués, posts, pitches)
- Faire preuve de créativité, de réactivité et d'adaptabilité
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Compréhension des enjeux de communication et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Fondamentaux des outils graphiques
- Outils de marketing digital
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Charte de modération
- Outils de web analyse / web analytics
- Bonne communication écrite et orale

Compétences relationnelles :

- Diplomatie et sens du relationnel



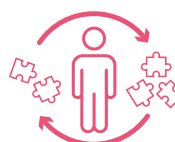
ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de community manager est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 jusqu'à Bac +5 ou équivalent, dans les secteurs de d'édition, de la communication, du marketing digital, du commerce, de la littérature, ou du management culturel.

Expérience :

Le métier de community manager est accessible après une période de stage ou d'alternance : une attente particulière est adressée à l'égard de la connaissance du secteur et des spécificités des différentes éditions. Une expérience de 2 à 4 ans est attendue pour les métiers à plus fortes responsabilités de social media manager par exemple.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- dans un grand groupe ou une grande maison, se sous-spécialiser : social media, contenus, reporting, paid media, etc. ;
- dans une structure indépendance ou petite, assurer une fonction plus transversale : animation, création de contenus, partenariats, publicité, relations presse.