

LE COMMUNITY MANAGER EST "MORT", VIVE LE SOCIAL MEDIA MANAGER !

Par Perrine Grua, directrice générale Aquent France | 06/05/2016 à 13:51, mis à jour le 11/05/2016



En fait, le community manager n'est pas vraiment mort, mais dans le coeur des recruteurs il a bel et bien été remplacé par le social media manager. @Shutterstock

INFOGRAPHIE + TÉMOIGNAGE // Après le community manager, c'est au tour du social media manager d'être la coqueluche des recruteurs. Zoom sur ce métier en charge de l'e-reputation des entreprises, devenue ô combien stratégique !

Vous utilisez les réseaux sociaux comme vous respirez ? Exit la hotline pour les réclamations, vous avez désormais le réflexe Twitter pour interpellé une marque ? Mais être à l'aise avec les réseaux ne veut pas nécessairement dire que vous pouvez en faire votre métier !

Être social media manager exige de développer des compétences marketing variées. Nos recrutements dans le domaine du social media ont doublé en 4 ans, tout en évoluant sensiblement en termes de compétences attendues : en 2012 les community managers étaient très recherchés, aujourd'hui la demande se porte sur les social media managers.

Chef d'orchestre de la présence d'une marque sur les réseaux sociaux

Le social media manager n'est pas juste le chef des community managers. Son rôle est d'articuler l'animation des communautés via les réseaux sociaux (job du community manager) au sein d'une stratégie marketing structurée.

En charge de l'e-réputation de l'entreprise, il est le chef d'orchestre de la présence d'une marque sur les réseaux. Il fournit les axes, les moyens et les outils nécessaires aux équipes afin de promouvoir et optimiser l'image de l'entreprise.

Aujourd'hui, le social media manager - qu'il soit en entreprise, en agence ou en freelance - est très sollicité pour améliorer le dialogue entre l'entreprise et ses utilisateurs à travers la gestion des réclamations clients, le traitement d'information live mais aussi la publicité interactive.

Souvent 5 ans d'expérience exigée

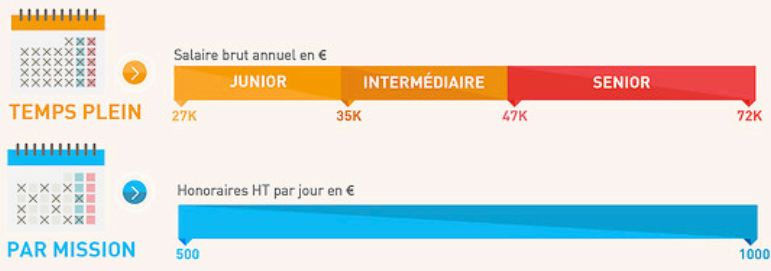
Les profils sont souvent issus de formation en école de communication, journalisme et relations publiques, en école de commerce, en institut d'études politiques ou en sciences humaines (complétées alors d'une spécialisation en marketing/com).

Pour occuper le poste de social media manager, une expérience de 5 ans environ dans le domaine et une excellente connaissance de l'entreprise sont attendues. Leur poste précédent est souvent celui de chargé de communication web, community manager, chef de projet web, responsable média, ou encore chef de produit.

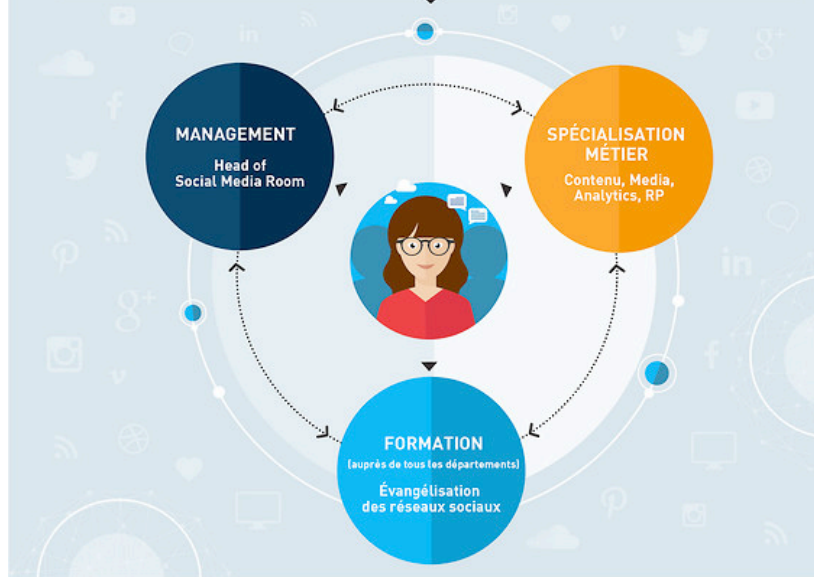
Si la qualité de la plume, la dimension éditoriale et les relations publiques sont les compétences maîtresses au départ, l'évolution du métier valorise de plus en plus des compétences plus techniques en analytics, en gestion de budget, achat médias, référencement, mesures de performance....



RÉMUNÉRATION



PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION



Powered by **LesEchos ▶START** **AQUENT** **DATAGENCY**