

The screenshot shows the website interface for 'exclusive RH Tendances & Conseils'. At the top, there is a navigation menu with categories like 'Accueil', 'Site emploi', 'Logiciel RH', 'SIRH', 'Evaluation RH', 'e-learning', 'Réseaux sociaux', 'Formation', and 'ExclusiveRHjobs'. A main banner features the text 'Les 10 principes selon une étude gratuite du cabinet Bersin' with a 'DOWNLOAD' button. Below the navigation, there are several sections: a 'CareerBuilder' advertisement, a 'Réseaux sociaux' article snippet, a 'Vous cherchez une formation' section with a 'Cliquez ici' button, and a 'Besoin d'une Formation?' section listing services like 'Bilan de Compétences' and 'Plan de Formation'. The main article is titled 'Community manager : un nouveau métier en vogue' and includes a photo of a woman and social media sharing icons.

Réseaux sociaux mardi 27 septembre 2011

### Community manager : un nouveau métier en vogue



Community manager est un nouveau terme apparu depuis peu dans l'univers du web marketing. Même s'il est très utilisé, souvent pour des missions très larges, ce nouveau métier demande des compétences très pointues. Quel est le rôle d'un Community manager ? Quels sont les enjeux liés à ce nouveau poste ? Comment recruter un bon community manager ?

manager ?

#### Le garant de la réputation de l'entreprise

Le Community manager est celui qui défend la réputation et promeut une image positive de l'entreprise pour en accroître la visibilité sur le web. Il gère son image et développe un réseau communautaire autour d'une marque, d'un produit ou d'une enseigne. Pour cela, il s'appuie sur différents leviers comme les blogs, les médias sociaux (FB, Twitter, Dailymotion, Youtube, les forum, etc.) qu'il anime afin de construire une relation pérenne et de confiance avec sa communauté.

Il occupe des fonctions diverses suivant la stratégie adoptée par l'entreprise. Ainsi il peut être chargé de créer une communauté ciblée, devenir le porte-parole de la marque sur le web, être l'animateur de la communauté web à travers divers moyens (newsletters, jeux concours, tests produits, etc.), interpréter les tendances du marché, élaborer les reportings sur les retours des campagnes de social media, défendre l'e-réputation de l'entreprise notamment sur les forums (réponses aux internautes, contrôle des commentaires négatifs) ou encore procéder à des études benchmark sur les concurrents et leurs produits.

Grâce à sa présence continue sur le web et à l'enrichissement de contenus sur différents blogs, forums et sur le site web, il optimise le référencement naturel de l'entreprise en améliorant son positionnement sur les moteurs de recherche.

#### Quel community manager pour quel besoin ?

On voit bien que sous une même dénomination, le Community manager revêt des réalités différentes. Ses missions seront déterminées par les objectifs e-marketing de l'entreprise, que ce soit de développer la marque au sein d'une communauté web, recruter de nouveaux clients, les fidéliser ou valoriser sa e-reputation.

En fonction des exigences de l'entreprise, le profil recruté ne sera pas le même. S'il s'agit d'animer une communauté et d'en assurer la promotion sur les réseaux sociaux, un assistant webmarketing fera tout à fait l'affaire. Par contre, si celui-ci aura pour tâche d'être le porte-parole de la marque et d'agir en véritable influenceur au sein de la communauté web, pouvant être amené à gérer des situations de crise, il faudra faire appel à un profil confirmé.

Aucun diplôme ne prépare actuellement à ce métier. Polyvalent par nature, le Community manager provient des sciences humaines, écoles de commerce ou de marketing, relations publiques ou journalisme. Suivant les missions confiées, l'entreprise s'orientera vers un profil marketing ou relations publiques. Autodidacte, blogueur et passionné, le Community manager est souvent expert dans un domaine et se doit de bien connaître le métier de l'entreprise.

## **Les erreurs à éviter lors du recrutement**

L'essentiel des offres de Community manager actuellement sur le marché sont des offres de stage. Cela montre un réel manque d'information sur l'enjeu que représente le métier de Community manager, qui gère en réalité toute la politique de communication de l'entreprise. Recruter un Community manager en stage ou en CDD ne permettra pas de développer une relation durable avec sa communauté. Car lorsque celui-ci quittera l'entreprise à la fin de son contrat, tout le travail réalisé sera perdu.

Le Community manager est souvent considéré à tort comme un simple exécutant. Or, son rôle est éminemment stratégique. Il doit donc être encadré par des objectifs clairement définis mais posséder une réelle marge de manoeuvre quant aux moyens utilisés.

Par ailleurs, si la stratégie adoptée consiste à simplement publier du contenu afin de réaliser la publicité de l'entreprise, sans pour autant attendre de commentaires du public, il est préférable d'engager un assistant web marketing.

Priscille Gianni

*A propos de l'auteur : Priscille Gianni possède une expertise de 9 ans dans le secteur des RH. Après une expérience de Responsable Commerciale au sein d'une société en ingénierie informatique, elle croise le chemin en 2003 de Jean Benoit Richard et décident ensemble de développer Hureca en France. DG France de Hureca, elle est à la tête de trois cabinets (Paris, Lille et Nantes) et prévoit l'ouverture de nouveaux bureaux en France prochainement.*