

DÉCOUVREZ LE MÉTIER

Community
Manager

077 500 91 00

www.webschool.academy

« *Community Manager (CM), Gestionnaire de communauté, Responsable/Animateur réseaux sociaux, Chargé de communication web, Social media manager...* » : les termes ne manquent pas pour désigner un métier tout neuf, d'à peine 5 ans, surgi de la révolution communautaire du Web et des Smartphones.

Aujourd'hui, le consommateur utilise avant tout Internet dans son acte d'achat : les forums, les sites d'avis, les places de marché virtuelles lui servent à se faire une idée sur le produit, le service ou la marque auquel il s'intéresse, selon les commentaires qu'en feront «**la communauté d'internautes**».

Aujourd'hui, ce sont ces commentaires et ces avis qui font office de **gage de qualité**, en s'appuyant sur le fameux dicton d'autrefois : « *la meilleure publicité, c'est le bouche-à-oreilles* » !

Face à la popularisation d'Internet via les Smartphones, **la Communauté est devenue LA REFERENCE** et c'est dans ce contexte que le Community Manager intervient. Pour rester concurrentielles, les entreprises sont tout simplement **OBLIGÉES d'être présentes sur le Net**. Et donc le recrutement d'un Community Manager en interne (salarié) ou en externe (indépendant) est indispensable. C'est donc un métier qui recrute, et qui continuera à recruter !

**Explorateurs de la toile : À vos claviers !
De nouveaux horizons n'attendent que vous !**



L'OBJECTIF

Les entreprises vont recruter un Community Manager pour trois raisons principales :



1. Accroître la notoriété et l'image de l'entreprise («E-réputation») via une présence positive sur les différents réseaux sociaux
2. Acquérir de nouveaux clients (animation de la communauté)
3. Fidéliser les clients existants (gestion de la relation client)

Être Community Manager, c'est comme être le porte-parole d'une marque, d'une entreprise ou d'un produit sur le Net.

SA MISSION

Le Community Manager doit élaborer une stratégie de présence de son entreprise sur les médias sociaux afin de répondre aux objectifs voulus. C'est lui qui proposera les contenus nécessaires sur les outils de diffusion les plus adéquats lui permettant de fédérer une communauté.

UNE FONCTION POLYVALENTE

Les fonctions du Community Manager sont très variées : elles dépendent de la taille de l'entreprise, de son imprégnation sociale, et de son secteur d'activité. Celui d'une grande enseigne internationale n'aura pas le même rôle que celui d'une petite entreprise qui vend localement ses produits. Cependant, on peut classer ses différentes tâches selon 4 activités principales :

1. Développer la notoriété de l'entreprise sur le web

- repérer les réseaux sociaux / supports de communication digitaux parlant de l'entreprise ou du produit pour éventuellement participer aux discussions et y jouer un rôle de modérateur.
- définir les objectifs de la communauté en accord avec l'entreprise : test de produit, information du client, promotion de la marque...
- définir les indicateurs permettant de suivre la vie de la communauté (nombre de posts, qualité des réponses...).
- créer et gérer lui-même des espaces d'échanges (blogs, forums, pages Facebook, compte Twitter, chaîne Youtube...)
- planifier et animer les actions de recrutement de nouveaux membres
- gérer la relation à distance entre l'entreprise et la communauté : réponse et/ou transmission des demandes (adhésion, abonnement, réclamation...) aux services concernés.



2. Animer et fédérer une communauté



- Faire des membres existants des relais d'information au sein de la communauté ;
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expérience, de pratiques entre les internautes / consommateurs ;
- Veiller à la qualité des réponses ;
- Rappeler les règles de bonne communication sur Internet ;
- Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements sur le web (chats, interviews, newsletters, jeux, concours...) et en dehors (rencontres, conférences, meet-up...).

3. Etablir des rapports et des analyses

- Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction de la communauté
- Suivre les statistiques et proposer des axes d'amélioration.



4. Faire de la veille

- Surveiller les nouveaux usages (techniques ou marketing) sur les sites et les plateformes déjà utilisées ;
- Faire de la veille concurrentielle sur la gestion de communauté des organismes du secteur ;
- Suivre les mises à jour des règles d'utilisation des réseaux sociaux et s'assurer que l'entreprise est bien en conformité avec celles-ci (notamment pour Facebook qui modifie très régulièrement les conditions d'utilisation de ses pages fans) ;
- Identifier les sites et plates-formes émergents, l'évolution du web et ses tendances.



SES QUALITÉS

Bien que travaillant derrière un écran, le Community Manager est en contact permanent avec une large communauté d'internautes, dont les interventions peuvent surgir à tout instant.

De **fortes qualités relationnelles** sont requises- il devra rester **courtois et amical** tout en étant capable de s'imposer pour **gérer les conflits** – ainsi que **de la réactivité et de la curiosité** pour s'adapter à toutes les mutations du web et de ses outils.

Enfin, le Community Manager est une véritable **force de proposition** pour développer de nouveaux axes de communication. Il s'agit avant tout d'un métier polyvalent, qui bouge beaucoup, et auquel il faut savoir se former constamment.

CARRIÈRE ET POSSIBILITÉS D'ÉVOLUTION

Après un premier poste en tant que Community Manager (salarié ou freelance), tous les métiers du marketing digital (medias et communication) peuvent s'ouvrir à vous. En fonction de vos spécialisations et de vos aptitudes, vous pourrez vous orienter vers des postes de responsable de projet web, de gestionnaire de contenus éditoriaux ou encore de consultant en stratégie de communication d'entreprise.



Il faut également souligner qu'aujourd'hui, créer un site Internet en tant que profession indépendante ou auto-entrepreneur devient chose courante, de sorte que le Community Manager est tout simplement le gérant de l'affaire : acquérir les compétences d'un Community Manager, c'est donc mettre tous les atouts de son côté pour développer son business sur le Net.

RÉMUNÉRATION

Le salaire brut mensuel d'un débutant est d'environ 7000 shekels mais peut très vite évoluer jusqu'à 160.000 shekels annuels. Les secteurs qui recrutent et qui paient le mieux sont le commerce, les services et les biens de consommation.

QUELLE FORMATION ?

Comme il s'agit d'un métier relativement nouveau, les formations spécialisées au métier de **Community Manager** ne font pas légion. Les entreprises recherchent des candidats formés, aux fortes qualités rédactionnelles, connaissant bien les **différents outils de communication disponibles sur le web**.

Des compétences techniques sont indispensables et c'est ce que vous propose d'acquérir **la formation COMMUNITY MANAGER de WEBSCHOOL ACADEMY** :

- Connaître précisément le sujet qui anime la communauté : l'environnement socioculturel des membres (langage, codes « sociaux », jargon...), les acteurs clefs (personnalités influentes), les plateformes de discussion...
- Maîtriser les nouveaux médias de communication : médias communautaires (Dailymotion, Youtube...), réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...), blogs et forums...
- Savoir créer et gérer ses propres sites web ou blog via Wordpress, créer des landing page, des newsletters....
- Maîtriser les outils de veille et de mesure de l'e-réputation : métamoteurs sociaux, moteurs de blogs et microblogging, moteurs d'actualités, suivi et recherche de commentaires, moteurs de forums, agrégateurs,...
- Maîtriser les techniques de recherche permettant de fournir de l'information, de susciter le débat et d'analyser les retours (techniques d'enquêtes qualitatives, sémiotiques...) et des outils associés (Google Alertes / Reader, Twilert, etc.).
- Avoir une bonne pratique des outils de mesure d'audience et/ou de statistiques permettant de suivre la notoriété d'une marque sur les différents supports de discussion (Xiti, Adwords, Google Analytics,...).
- Maîtriser les bases indispensables en design, graphisme et vidéo.
- Maîtriser Office et les différents outils de création de contenu.





Formez-vous aux nouveaux métiers du Web et devenez Community Manager !

100 heures académiques de formation

{
3 mois de formations
2 sessions par semaine
1 métier d'avenir
}

Webschool c'est aussi :



Webschool Replay
pour revoir les cours
à son rythme !



Webschool Mentor
mise en relation avec des
sociétés israéliennes !



Webschool Coach
coach professionnel pour
booster votre carrière !

40 heures	Marketing Digital : Création d'identité sur les différents réseaux sociaux, Gestion et analyse de campagnes payantes, Création d'évènements, Gestion de crise sur les réseaux sociaux, Analyse de résultats, Création de newsletter
16 heures	Développement : Création d'un blog sur Wordpress, Création de Landing Page
12 heures	Design : Logiciel de design et de montage photo
8 heures	Stratégie digitale
8 heures	Référencement naturel et gestion de campagne Adwords
8 heures	Rédaction de contenu pour le web
8 heures	Oulpan professionnel : Communication et marketing

Le contenu du programme et la répartition des heures indiquées peuvent faire l'objet de remaniements ou de modifications par l'équipe pédagogique.

Tous les noms de services, logos et marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. et sont utilisées à des fins d'identification uniquement. L'utilisation de ces dénominations, logos et marques n'implique aucune promotion.

Qu'en pensent nos anciens élèves ?

“ Diplômée d'une école de commerce, j'avais de bonnes connaissances en marketing, mais très peu en marketing digital. J'avais besoin de développer cette compétence, de **comprendre comment fonctionnent les réseaux sociaux**, comment toucher de nouveaux clients et comment fonctionne le **référencement des sites**. Cette formation a répondu parfaitement à mes attentes. Avec la formation, j'ai pu acquérir ces différents outils pour atteindre mes objectifs.

Pascale L., Raanana ”

“ C'est une formation qui colle avec le monde du travail. Les enseignants sont professionnels.

Patricia H., Ashdod ”

“ Je conseille de faire cette formation à tous les entrepreneurs, car elle est très utile.

Yonathan K., Jérusalem ”

Suivez-nous:



Avec **WEBSCHOOL**, formez-vous
au **Community Management** pour :

Donner un nouveau départ à votre carrière,
Maîtriser les outils pour lancer votre projet,
Compléter votre parcours et vos connaissances
dans un monde numérique en pleine mutation !

Contactez-nous:

 www.webschool.academy  contact@webschool.academy

 077 500 91 00