Responsable des médias sociaux (H/F)

MARKETING & COMMUNICATION DIGITAL
MARKETING/WEBMARKETING

DESCRIPTION DE L'EMPLOI

Le responsable des médias sociaux élabore, met en œuvre et supervise la stratégie de présence de l'enseigne sur les réseaux sociaux. Il est chargé de développer une présence en ligne cohérente avec les objectifs de communication et de marketing de l'entreprise.

En coordination avec la direction marketing, il identifie les cibles, sélectionne les plateformes (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, YouTube, blogs, forums) afin de mettre en œuvre une stratégie de présence efficace sur les médias sociaux.

À partir des axes stratégiques définis, il met en place un plan d'action afin d'optimiser en permanence la présence numérique de l'entreprise, d'optimiser son référencement, de fidéliser les différentes communautés, créer des campagnes publicitaires ciblées et publier du contenu pertinent.

Il surveille et analyse le positionnement de l'entreprise sur le web, les réseaux sociaux et veille à son e-réputation. Il ajuste les stratégies en fonction des performances, pour renforcer la présence en ligne de l'entreprise et agir à d'éventuelles remontées négatives.

Il travaille avec diverses équipes (marketing, création et animation de contenu, trafic web…) pour garantir une stratégie intégrée et cohérente sur l'ensemble des canaux numériques de l'enseigne.

CONDITIONS D'EXERCICE

Il exerce ses fonctions au sein d'une enseigne de magasins spécialisés en bijouterie-horlogerie.

ACCÈS À L'EMPLOI

L'emploi est accessible à partir d'un diplôme de niveau bac +5 dans le domaine de la communication, du commerce et du marketing digital. Une expérience significative dans des fonctions intermédiaires (community manager…), dans le digital marketing est nécessaire pour accéder aux fonctions de social média manager.
La pratique de l'anglais technique professionnel est requise.

Formations possibles
(liste non exhaustive)

- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la communication digitale et data science
- **Titre à finalité professionnelle** - Expert en stratégie et développement digital
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager du marketing et de la transformation digitale
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de projets en stratégies digitales et data marketing (MS)
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager marketing digital (MS)
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la communication et du marketing digital
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la communication numérique

AUTRES APPELLATIONS

- Manager des réseaux sociaux
- Gestionnaire des médias sociaux
- Social Media Manager

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

Avec l'expérience, le responsable des médias sociaux peut évoluer vers les fonctions de directeur de la stratégie marketing digital ou directeur de la communication.

MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir une stratégie globale de présence sur les réseaux sociaux** en alignement avec les objectifs de l'entreprise.
- **Élaborer un plan d'actions opérationnelles** en adéquation avec les besoins pour optimiser la présence numérique de l'entreprise et son e-réputation : planning des actions, identification des réseaux sociaux clés, blogueurs influents, stratégie de contenu, campagnes publicitaires, critères de performance des campagnes…
- **Piloter, coordonner et suivre les actions menées en interne/externe** par rapport aux orientations stratégiques définies.
- **Piloter les prestataires en charge de la production de contenu :** vidéos, blogs…
- **Suivre les résultats des différentes actions à l'aide d'outils de webanalytics,** d'outils de mesure d'audience ou de statistiques.
- **Ajuster la stratégie** en fonction des résultats de performance obtenus.

RELATIONS FONCTIONNELLES

EN INTERNE : Rattaché à la direction marketing digital, le responsable des médias sociaux travaille en étroite collaboration avec différentes équipes afin d'aligner les activités sur la stratégie et les objectifs social média définis : Marketing, communication, équipes de création de contenus, de contenu de marque, gestionnaires de communauté, responsable du trafic en ligne.

EN EXTERNE : Il est en contact avec les agences de publicité et de communication, les prestataires, les partenaires visant à accroître la visibilité (influenceurs, blogueurs…), les fournisseurs d'outils et de services d'analyse et de gestion des réseaux sociaux.

Responsable des médias sociaux (H/F)

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Définir la stratégie de présence sur les réseaux sociaux

- **Effectuer une veille dans son domaine d'activité** et analyser les évolutions des réseaux sociaux et politiques des différentes plateformes sociales, les nouvelles tendances visuelles, les comportements en ligne et les attentes des utilisateurs.
- **Participer activement aux événements et salons** pour développer le réseau de l'entreprise et renforcer sa présence en ligne.
- **Définir les audiences cibles, identifier les plateformes/ influenceurs appropriées** et déterminer les objectifs spécifiques à atteindre : notoriété de la marque, génération de leads, ventes…
- **Définir, ou participer à la définition avec le brand content manager**, de la ligne éditoriale de manière cohérente avec l'identité de la marque et les attentes de l'audience (stratégie de contenu).
- **Définir le plan d'actions opérationnelles :** les étapes, planning des actions en tenant compte des périodes clés, des événements majeurs, et des opportunités saisonnières, des campagnes publicitaires, partenariats ou collaborations, budget dédié à chaque campagne/action, indicateurs de performance pour mesurer l'efficacité des actions et des campagnes.

Piloter la mise en œuvre du plan d'action pour la présence numérique de l'entreprise et son e-reputation

- **Piloter et coordonner les équipes internes et externes** afin d'atteindre les objectifs fixés, et assurer une mise en œuvre conforme et dans les délais du plan d'action.
- **Piloter les prestataires externes** responsables de la production de vidéos, blogs, et autres contenus.
- **Suivre le plan d'actions**, identifier les écarts, changements et ajuster les plans opérationnels en fonction des besoins, aléas.
- **Veiller à ce que les contenus respectent les lignes directrices définies,** l'audience cible et l'identité de la marque.
- **Gérer les budgets alloués**, en assurant une utilisation efficace des ressources et en évaluant le retour sur investissement pour maximiser l'efficacité des actions entreprises.

Analyser les performances des activités sur les réseaux sociaux

- **Collecter, analyser et interpréter les indicateurs de performance** grâce à des outils de webanalytics pour l'efficacité des actions, des campagnes.
- **Identifier les points forts et les points faibles** de chaque action, identifier les opportunités d'amélioration.
- **Élaborer des rapports détaillés** sur les performances, en fournissant des retours d'information aux équipes pour favoriser l'amélioration continue.
- **Ajuster, en fonction des résultats obtenus,** la stratégie pour maximiser l'impact sur la présence numérique et l'e-réputation de l'entreprise.

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES

- **ESPRIT D'ÉQUIPE :** collaborer, agir en servant les intérêts communs et avoir du respect pour le travail de chacun.
- **SENS DU RELATIONNEL :** capacité à nouer des relations et à les entretenir.
- **SENS DE LA PERFORMANCE ET DU RÉSULTAT :** chercher à atteindre avec persévérance et dans une échéance définie les objectifs fixés en prenant en compte l'équilibre entre les coûts et les bénéfices. Rechercher en permanence une performance optimale.
- **CRÉATIVITÉ, CURIOSITÉ :** savoir sortir du cadre existant en proposant des idées nouvelles qui conviennent aux clients et/ou à l'organisation ; se montrer ouvert et désireux de connaître de nouvelles idées/tendances/méthodes.
- **RIGUEUR, ORGANISATION :** définir et/ou appliquer des méthodes précises et adaptées dans le but d'atteindre ses objectifs avec justesse et précision, en veillant constamment à minimiser les erreurs. Fixer ses priorités, planifier les actions et suivre méthodiquement leur avancement en coordonnant les activités et les ressources de la meilleure manière.
- **AUTONOMIE, PRISE D'INITIATIVE :** procéder de manière indépendante et proactive en mettant en œuvre des processus de travail, de recherche d'information, d'idées et de solutions sans en attendre systématiquement la demande.
- **CAPACITÉ D'ANALYSE ET DE SYNTHÈSE :** identifier l'ensemble des aspects d'un sujet et les examiner de façon critique ; présenter les informations clés, émettre un avis en structurant et en résumant l'ensemble des éléments utiles.
- **AGILITÉ DANS LE CHANGEMENT, ANTICIPATION :** adapter son comportement en intégrant les contraintes et les atouts lors de circonstances changeantes, ou en prévision de celles-ci.