

SOCIAL MEDIA MANAGER 1/2

DESCRIPTION

Le Social Media Manager mesure l'audience numérique de la marque et évalue son e-reputation

Il est un expert de l'écosystème numérique, et maîtrise les techniques de communication spécifiques à ces nouveaux médias. Il est responsable des partenariats numériques, et de façon plus générale de l'ensemble de la communication de la marque via ces canaux

Le Social Media Manager est en charge de l'achat media et la gestion globale des campagnes de publicité online sur les réseaux sociaux pour un portefeuille de clients.

Son expertise des plateformes du marché (Linkedin, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Snapchat...) lui permet de piloter les campagnes digitales

Il met son expertise au service des clients pour les accompagner au mieux sur les recommandations médias, les créations, le tracking et le choix de data pertinentes pour atteindre les audiences cibles.

Il optimise quotidiennement les données sur les plateformes d'achat.

Selon l'organisation de l'entreprise, le social media manager et le community manager sont parfois confondus.

Autres appellations

Responsable des medias/réseaux sociaux, Responsable e-réputation, Responsable média digital et social media, Social media strategist

MISSIONS

- Établir des recommandations concernant les audiences et tendances des réseaux sociaux pour concevoir des stratégies
- Construire et mettre en place des stratégies social alignées sur des objectifs précis (fans, engagements, post ...)
- Produire et publier des contenus dédiés
- Monitorer les performances en termes de trafic
- Collaborer avec les équipes marketing et commerciales
- Déterminer les stratégies d'enchères (bid) qui permettent de répondre aux objectifs des clients;
- Préparer le set-up des campagnes, veiller au bon déploiement de celles-ci ;
- Maîtriser les interfaces des plateformes des réseaux sociaux ;
- Assurer un suivi quotidien des remontées des campagnes, optimiser les données sur les plateformes d'achat et de vente, procéder aux ajustements de stratégies et de prix nécessaires pour atteindre les objectifs de communication des clients ;
- Maintenir des relations étroites avec les clients et assurer un service de qualité, leur suggérer toute modification importante nécessaire à l'optimisation de ses performances ;
- Établir le bilan de reporting final aux clients ;
- Se tenir informer des évolutions techniques liées au marché programmatique, des offres et prestations de la concurrence et des offres des fournisseurs potentiels de technologies, d'audiences, de data, etc.
- Proposer des améliorations des outils de déploiement, d'optimisation et de reporting des campagnes et participer à leur mise en œuvre, dans la limite de ses compétences, et en collaboration avec les équipes techniques et recherche et développement ;

SOCIAL MEDIA MANAGER 2/2

COMPÉTENCES

- Très bon communicant pour être le représentant numérique de la marque
- Maîtrise des outils informatiques (suite office) et des plateformes réseaux sociaux
- Solides connaissances en publicité digitale
- Aptitudes relationnelles et commerciales
- Sens de l'organisation
- Esprit d'analyse et de synthèse, goût pour les chiffres
- Anglais
- Qualités de rédaction

TESTIMONIAUX

7 ans / 4 ans / 4 ans en agence

Valeur ajoutée de la fonction : Gérer la présence des marques sur les réseaux sociaux (payant et gratuit) est devenu clef ; cela signifie une capacité à écouter ses concurrents et à opérer sous les bons formats la multitude des plateformes sociales via les bons outils (open source ou pas selon les moyens des clients)

Une journée type : Socialbakers , tweetdeck, mais aussi Traackr ; Gestion d'une bibliothèque de contenus et du bon calendrier de publication ! le time to market ! mais aussi du "dashboard" pour vérifier l'efficacité d'un post !

Le prochain job: chez l'annonceur pour me concentrer sur une seule problématique et la couvrir de manière optimale ! (dans le secteur de la mode de préférence)

FORMATION

Formation : souvent diplôme Bac +5 (Master, École de commerce), école de journalisme

Provenance : Account Manager, responsable acquisition

DÉBOUCHÉS

Postes en agence media, Trading Desk, ou chez l'annonceur