

Community manager

Expert des relations publiques sur le web, **le community manager joue un rôle de porte-parole** pour le compte d'une organisation. Il gère ainsi son image de marque et son e-réputation. Il fait parler d'elle, de ses produits et de ses services.

Au quotidien, il s'occupe de la **mise en place technique d'espaces de communication** tels que des blogs, forums, pages sur les réseaux sociaux, etc. Sur le plan éditorial, il crée des contenus, lance des débats et répond aux messages des internautes. Il veille au respect des règles de bonne conduite et modère les propos.

Le relationnel occupe une place prépondérante dans son travail, tant en externe qu'en interne. Sur le web, **il fédère et anime des communautés d'internautes**. Il identifie les membres les plus actifs pour leur proposer de devenir « têtes de réseaux ». Il assure leur formation, en fournissant des guides d'animation rédigés par ses soins, et un suivi de leurs interventions.

En interne, il travaille en étroite collaboration avec les différents services de son entreprise : direction, marketing, juridique, technique,...

Il peut être amené à **participer au développement de nouveaux outils, fonctionnalités et applications** (pour smartphones par exemple) et à l'amélioration des produits déjà existants. Il effectue une veille technologique pour actualiser ses connaissances et proposer de nouvelles pistes de développement à sa direction.

Le community manager peut être employé par une entreprise ou une association par exemple, ou encore exercer indépendamment en se mettant à son compte.

Qualités et compétences requises pour animer des communautés sur Internet

De toute évidence, le community manager est passionné par les nouvelles technologies, Internet et les réseaux sociaux. **Doté d'une bonne culture générale, il doit faire preuve de curiosité** pour actualiser ses connaissances mais aussi pour réaliser une activité de veille. La dimension relationnelle de son métier requiert des **qualités d'écoute, de l'empathie, de la diplomatie et une grande aisance pour communiquer**. Pour la gestion des contenus éditoriaux, des compétences rédactionnelles sont exigées. Enfin, même s'il travaille souvent au sein d'une équipe, il doit être autonome.