

<b>Intitulé du poste</b>	<b>Chargé de la gestion des réseaux sociaux « Community manager »</b> مكلف بتدبير مواقع التواصل الاجتماعي
<b>Pôle</b>	Probité, Mobilisation et Communication
<b>Positionnement dans l'organisation</b>	Sous la responsabilité du chef de département « Actions médias, Citoyens et société civile »
<b>Principales missions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimenter les pages dédiées aux réseaux sociaux (RS)</li> <li>• Favorise les échanges, fédère et fidélise les internautes</li> <li>• Modérer les commentaires et contributions des internautes</li> <li>• Augmenter la présence digitale et accroître la visibilité de l'instance sur le web</li> <li>• Fidéliser et acquérir de nouveaux publics</li> <li>• Créer et animer des communautés dans le but de développer les relations avec ses publics</li> <li>• Développer la notoriété et l'image de l'institution, soigner son e-reputation,</li> <li>• Effectuer une veille permanente des communautés en lien avec l'institution,</li> <li>• Recenser les communautés sur le Web pouvant influencer sur le positionnement</li> <li>• Participer à la création des valeurs de la communauté : culture, valeurs, codes sociaux</li> </ul>
<b>Activités et les tâches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animer par la diffusion de contenu informatif, des échanges, des réponses aux questions, éventuellement l'animation de débats et d'évènements</li> <li>• Faire des membres déjà existants un relai d'information au sein des communauté.</li> <li>• Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences, de pratiques</li> <li>• Adapter le contenu éditorial pour alimenter les pages sur les RS</li> <li>• Veiller à la qualité des réponses, y compris des critiques apportées afin d'être en mesure de les exploiter et de relancer la discussion.</li> <li>• Faire respecter les règles éthiques de la communauté (net-étiquette) via une action de modération sur le contenu : exclusion des propos, insultants...</li> <li>• Rechercher de nouveaux médias sociaux (Dailymotion, Facebook...) permettant d'étendre l'influence de la communauté.</li> <li>• Assurer la fidélisation des internautes via des évènements on-line</li> <li>• Veiller à l'alimentation du site web de l'INPPLC</li> <li>• Analyser le buzz * et suivre l'image de la marque sur les différents supports on-line (analyse d'images, de contenu...).</li> <li>• Suivre l'audience des différents supports de la communauté en lien avec le trafic</li> <li>• Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction des individus et de l'ensemble la communauté.</li> <li>• Suivre les statistiques de fréquentation.</li> <li>• Proposer des axes d'amélioration.</li> <li>• Surveiller les nouveaux usages (techniques, sociaux) sur les sites et les plateformes déjà utilisées.</li> <li>• Suivre les mises à jour des règles d'utilisation des réseaux sociaux</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer à l'élaboration des indicateurs permettant de suivre la vie des communauté (nombre de posts, qualité des réponses...).</li> <li>• Etablir le reporting et analyse des pages INPPLC</li> </ul>
<b>Profil du poste</b>	
<b>Compétences requises</b>	<p><b>Compétences Techniques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître précisément le sujet qui anime la communauté : l'environnement socioculturel des membres (langage, codes « sociaux », jargon...), les acteurs clefs (personnalités influentes, bloggeurs reconnus...), les plateformes de discussion...</li> <li>• Maîtriser les nouveaux médias de communication : médias communautaires, réseaux sociaux professionnels ou non (Facebook, Twitter...), blogs, forums...</li> <li>• Maîtriser les outils de veille et de mesure de l'e-réputation : (suivi et recherche de commentaires, microblogging,...).</li> <li>• Maîtriser les techniques de veille et de recherche permettant de fournir de l'information, de susciter le débat et d'analyser les retours (techniques d'enquêtes qualitatives...)</li> </ul> <p><b>Compétences et qualités comportementales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecoute et curiosité pour trouver des sujets innovants</li> <li>• Goût du contact et moderation</li> <li>• Capacité d'adaptation et bonne expression orale</li> <li>• Capacité rédactionnelle et sens de communication</li> <li>• Force de proposition</li> <li>• Culture web et connaissance du domaine de la gouvernance de l'Instance</li> <li>• Compréhension des mécanismes communautaires</li> <li>• Connaissance et maîtrise des différents réseaux sociaux</li> <li>• Connaissance du SMO (Social Media Optimization) et des principales règles du référencement</li> </ul>

