

REFERENTE RESEAUX SOCIAUX D'ENTREPRISE

Le Métier

Sous la responsabilité d'un social media manager ou d'un chef de projet digital la référente réseaux sociaux d'entreprise s'occupe de la partie opérationnelle. A partir de la stratégie de communication sur les réseaux sociaux de l'entreprise définie par son supérieur hiérarchique et des consignes émises, sa mission principale consiste à animer et à fédérer la communauté des internautes autour de la marque, du produit ou du service.

L'animation des réseaux sociaux de la communauté implique d'interagir avec les clients, les abonnés ou les utilisateurs et de répondre à leurs questions, aux commentaires et aux messages sur des espaces conversationnels généralement hébergés au sein des réseaux sociaux comme Facebook, X (Twitter), Instagram ou encore LinkedIn. Pour exemple, elle enrichit la page Facebook et répond aux questions postées sur le mur ou sur le site de la marque et publie régulièrement des tweets ou des photos sur Snapchat ou Instagram.

Elle veille à maintenir une atmosphère positive sur les plateformes des réseaux sociaux. Son rôle est de fédérer et de fidéliser des communautés autour des valeurs de l'entreprise ou de la marque. Elle est également amenée à surveiller et analyser les conversations autour de la marque et à fournir des informations à son responsable pour améliorer la stratégie de communication. Pour toute entreprise ayant une présence en ligne, le contact et l'interaction avec les internautes est un levier très important de la stratégie webmarketing.

Au sein d'une équipe, son travail se traduit aussi par la participation à la création de contenu attractif et original pour promouvoir la marque de l'entreprise et engager les utilisateurs. Par exemple, dans une entreprise commerciale elle peut être amenée à créer des posts (visuels + rédaction), publier des stories et interagir avec l'audience de la marque. Elle doit s'organiser pour publier du contenu de manière régulière sur les différents canaux à sa disposition.

La Référente réseaux sociaux contribue également à accroître la notoriété de l'entreprise et à lui permettre de gagner en visibilité grâce à sa réactivité et l'interaction avec les utilisateurs et l'animation des différents supports. Pour gagner des clients et les fidéliser divers moyens sont utilisés : publications de vidéos, organisation de concours photos, de jeux, voire d'événements autour d'un produit...

Elle participe également à la veille sur les tendances et les évolutions des réseaux sociaux pour s'assurer que l'entreprise reste compétitive. Elle a en permanence l'oeil sur les réseaux pour suivre ce qui se dit sur la marque dont elle défend l'image. En cas d'attaque ou de propos négatif, elle doit réagir vite et contrecarrer pour éviter que le mauvais buzz se propage.

Ce métier du web nécessite une appétence pour les outils et usages numériques. En plus de posséder ces savoir-faire il est nécessaire de posséder plusieurs softs skills - être sociable, réactif, curieux et créatif, et capable de s'adapter à différents secteurs d'activité et travailler en équipe.

Certification/Diplôme

 Attestation de formation



Cofinancé par
l'Union européenne

Ce projet est cofinancé par l'Union européenne et la Région Réunion.
L'Europe s'engage à la Réunion avec le Fonds social européen plus (FSE+).

