



Fiche métier : Animateur de Communauté (Community Manager)

Animateur de communauté web, Médiateur de conversations interactives, Gestionnaire de communautés, Manager de communautés, Responsable de réseaux sociaux, Animateur de réseaux sociaux

L'animateur de communauté en ligne est chargé de fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun, d'animer les échanges sur ce thème, tout en veillant au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté. Sa première mission est de développer et de gérer la présence d'une organisation (marque, association, jeu, produit ...) sur Internet. Le community manager peut exercer en tant que consultant externe (dans une agence Web ou en indépendant) ou occuper un poste en interne.

Présentation

Le community manager / animateur de communautés web est un expert des communautés web. Son rôle : fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun et animer les échanges sur ce thème, tout en veillant au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté.

L'animateur de communauté est un expert des communautés web. Son rôle : fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun et animer les échanges sur ce thème, tout en veillant au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté. L'animateur de communauté a pour première mission de développer la présence de l'organisation dont il se fait le porte-parole (marque, association, personnalité...), sur les médias sociaux.

Bien que popularisée depuis l'essor du web collaboratif, cette profession existe depuis l'apparition des premières communautés en ligne. Au début des années 2000, les premières entreprises de jeux vidéo en ligne ont rapidement compris la nécessité de faire entendre leur voix sur les plates-formes d'échange et de dialogue des joueurs. Ceux qui s'appelaient, non pas encore Animateurs de communauté ou Community managers, mais Game Masters (Maîtres de jeu) ou modérateurs étaient alors des membres actifs de la communauté qui avaient pour principale mission d'éviter tout débordement et de réguler les échanges entre les membres de la communauté.

Aujourd'hui encore, l'authenticité de l'engagement communautaire de l'animateur de communauté est primordiale. En effet, l'animateur de communauté n'a pas pour vocation de diriger ou de surveiller la communauté mais d'en dynamiser les échanges. Outre l'intérêt qu'il porte à la communauté dans son ensemble, il doit être attentif à chaque individu. Réactif et proactif, il doit savoir repérer les membres actifs de la communauté : contributeurs et prescripteurs qui créent de la valeur ajoutée pour l'ensemble des membres. Véritable médiateur entre les internautes membres de la communauté et les dirigeants de l'organisation, il relaie les contributions, critiques, avis, idées et suggestions des membres.

Missions

Les principales missions du community manager / animateur de communautés web sont les suivantes :

- Identifier les médias sociaux externes (sites, blogs, réseaux sociaux, forums...) qui parlent de l'organisation afin de participer au dialogue et de le modérer ;
- Contribuer à la création d'espaces d'échange dédiés à l'organisation (pages fan Facebook, blogs, forums, comptes Twitter, chaîne Youtube ou Dailymotion etc.) afin de pouvoir communiquer directement avec les membres



de la communauté ;

- Veiller à fédérer la communauté autour de ces espaces et inciter les membres à créer du contenu ;
- Rédiger une charte d'utilisation des réseaux sociaux ;
- Organiser des évènements fédérateurs : concours, challenges... ;
- Relayer les contributions, avis, remarques et suggestions des membres de la communauté auprès des dirigeants de l'organisation ;
- Participer à l'amélioration des plates-formes techniques de la communauté ;
- Surveiller l'e-reputation de l'organisation.

Dans certains cas, le community manager / animateur de communautés web peut aussi avoir comme mission la rédaction de contenus. Si l'organisation dispose d'un rédacteur de contenus web, ces deux acteurs sont amenés à travailler ensemble pour optimiser l'impact des contenus écrits pour l'organisation.

Domaines et périmètre d'intervention

Le community manager / animateur de communautés web peut faire partie du personnel interne de l'organisation ou intervenir en tant que consultant externe (salarié d'une agence Web ou travailleur indépendant). Qu'il soit externe ou interne à l'organisation, son engagement, son implication et sa connaissance de la communauté qu'il doit animer sont primordiaux, c'est pourquoi il est souvent plus facile de recruter son community manager parmi le personnel déjà en place.

il est généralement rattaché au service communication ou marketing. S'il y a plusieurs postes de community manager / animateur de communautés web au sein de l'organisation, il peut être amené à travailler en équipe et est alors rattaché hiérarchiquement au gestionnaire des médias sociaux.

Activités et tâches

Activités 1

Développer et gérer la présence d'une organisation au sein de communautés sur le web

Tâches

- Créer et/ou optimiser les espaces d'échange de l'organisation (pages Facebook, comptes Twitter, chaîne Dailymotion etc.) ;
- Rédiger une charte d'utilisation des réseaux sociaux ;
- Modérer les espaces d'échange de la communauté ;
 - Identifier sur le web les "influenceurs" susceptibles de faire connaître l'organisation (bloggers, forums, groupes...) ;
 - Fixer les objectifs : visibilité, attachement, collaboration (co-création) ;
 - Définir les indicateurs de mesure permettant de valider les objectifs atteints ;
 - Animer des actions de recrutement de nouveaux membres ;
 - Gérer la relation à distance entre l'organisation et les membres de la communauté : réponse et/ou transmission des demandes (adhésion, abonnement, réclamation...) aux services concernés.

Activités 2

Améliorer la cohésion de la communauté



Tâches

- Faire des membres existants des relais d'information au sein de la communauté ;
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expérience, de pratiques entre les internautes / consommateurs ;
- Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion ;
- Rappeler les règles de bonne communication sur internet (Nétiquette) ;
 - Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements sur le web (chats, interviews, infolettres, jeux, concours) et en dehors (rencontres, conférences, réunions) ;
 - Faire respecter les règles éthiques de la communauté par la modération des contenus produits par les internautes ;
 - Veiller au respect des conditions générales d'utilisation du site.

Activités 3

Reporting et analyse

Tâches

- Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction des individus et de l'ensemble ;
- Suivre les statistiques de fréquentation ;
- Proposer des axes d'amélioration.

Activités 4

Améliorer la plate-forme technique de la communauté

Tâches

- Gérer l'historique et l'archivage des contenus produits par la communauté ;
 - Accompagner le développement des fonctionnalités de la plate-forme utilisée par la communauté ;
 - Signaler les dysfonctionnements du site et veiller à la disponibilité technique de la plate-forme ;
 - Transmettre aux équipes techniques les améliorations à apporter au site et/ou à la plate-forme de la communauté.

Activités 5

Veille

Tâches

Activités 6

Tâches



Compétences

Savoirs

Connaissance approfondie de l'organisation

- son histoire
- son (ses) identité(s)
- sa vision stratégique
- ses valeurs
- son organisation
- ses partenariats
- ses projets
- ses produits / services
- ses cibles

Connaissance des règles d'utilisation des réseaux sociaux, par exemple le règlement d'utilisation des pages fan sur Facebook

Compréhension de la dynamique virale du web collaboratif

Savoir, vouloir et pouvoir coopérer à distance

Savoir anticiper et capter les signaux des tendances positives et négatives de manière proactive

Capacité rédactionnelle : rédiger, relayer et transmettre des messages simples avec authenticité (et sans faute d'orthographe)

Savoir faire

Maîtrise des espaces et des outils collaboratifs

- site web (lettre d'information)
- blog de l'organisation
 - salle de presse virtuelle (canal de communication web de l'organisation : création, animation et diffusion de campagnes sur les médias sociaux, mise à disposition d'éléments de communication pour les journalistes)
 - kits médias sociaux (images, vidéos etc.)

Maîtrise des fonctionnalités des réseaux sociaux

- création de campagnes de promotion
- création d'applications (notamment sur Facebook)
- personnalisation des comptes de l'organisation (



Maîtrise des outils d'activité et de reporting

- outils statistiques (Google Analytics, Omniture, Xiti, etc.)
- outils de veille et de mesure de l'e-réputation :
 - métamoteurs sociaux (Whostalkin, Samepoint, SocialMention, Serph, IcerocketBigBuzz etc.)
 - moteurs de blogs (G Blog Search, Technorati, Icerocket, Blog pulse, Ask blog etc.)
 - moteurs d'actualités (Google news, Yahoo Actualités, Wikio, Topix, MSNBC etc.)
 - suivi et recherche de commentaires (Backtype, co-Comment, Yacktrack, Co.mments, Commentful etc.)
 - moteurs de forums (Boardtracker, Omgili, BoardReader, Bigboards, Google Groups etc.)
 - moteurs de microblogging (Twitter search, Twilert, TweetBeep, Twitturly, Monitter etc.)
 - agrégateurs sociaux (FriendFeed, MyBlogLog, Keotag, Alerthingy, Flitrbox etc.)
 - moteurs de recherche de personnes (123people, pipl, whoshouldifollow, Spokeo, Zoominfo etc.)
- outils de veille et d'alerte (Alerti, Google Alertes, Pickanews, Twitter, etc.)
- outils de gestion des réseaux sociaux (Hootsuite, CoTweet, TweetDeck, Seismic, etc.)

Maîtrise des outils de bureautique

- Suite Microsoft Office

et/ou

- Suite OpenOffice

Maintenance informatique basique

Savoir être

Aptitude à gérer le stress et les situations conflictuelles

Sens de l'éthique

Aisance relationnelle dans la relation à l'autre : politesse, courtoisie

Attitude ouverte, amicale

Capacité à s'adapter aux nouveaux outils informatiques et web ainsi qu'aux situations de changement



Souci d'obtenir des résultats

Créativité et réflexion prospective

Capacité à identifier les synergies et les axes d'améliorations

Polyvalence

Cette fiche métier est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 2.0 France.

Dernière mise à jour : 17 septembre 2012.

Contributeurs

- Délégation aux usages de l'Internet (DUI) - novembre 2011
- Marjorie SOUTRIC - janvier 2011
- Vincent BERTHELOT - février 2010
- Fadhila BRAHIMI - février 2010