

FICHE DE POSTE : COMMUNITY MANAGER DU SALON ITM

Rattachement : Responsable Communication / Coordinateur ITM

Mission : Gérer la présence en ligne et les réseaux sociaux du Salon ITM, en créant et en animant des contenus engageants pour promouvoir l'événement avant, pendant et après sa tenue.

Durée du contrat : 5 mois

Objectif :

Le Community Manager (CM) sera responsable de la gestion de la communication numérique et des réseaux sociaux du Salon ITM. Il/elle devra développer une stratégie de contenu, interagir avec la communauté en ligne, promouvoir le salon et maintenir une communication efficace avec les participants, exposants et le public.

Tâches principales :

1. Élaboration et gestion de la stratégie de contenu :

- Créer et planifier un calendrier de contenu pour les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) en lien avec le thème et les objectifs du Salon ITM.
- Développer des publications originales et engageantes (visuels, vidéos, articles, interviews, teasers) pour promouvoir l'événement, ses partenaires et ses intervenants.
- Adapter le contenu aux spécificités des différentes plateformes pour maximiser l'impact et l'engagement.
- Collaborer avec le Responsable Communication et le Designer pour assurer la cohérence du contenu visuel avec la charte graphique de l'événement.

2. Animation des réseaux sociaux :

- Assurer une présence active sur les réseaux sociaux du Salon ITM, en répondant aux questions, en interagissant avec les abonnés et en créant une communauté engagée.
- Organiser des campagnes de communication interactive (sondages, concours, hashtags, etc.) pour générer de l'engagement avant, pendant et après l'événement.
- Créer et animer des groupes et communautés en ligne (Facebook, LinkedIn, forums, etc.) pour favoriser les échanges et interactions entre les participants.

3. Suivi et gestion de la réputation en ligne :

- Surveiller les mentions du Salon ITM sur les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne, et gérer la réputation numérique de l'événement.
- Répondre aux commentaires, messages et questions sur les réseaux sociaux dans un délai rapide et professionnel.
- Identifier les opportunités de collaboration avec des influenceurs, partenaires et médias spécialisés pour augmenter la visibilité de l'événement.

4. Création de contenu visuel :

- Collaborer avec le Designer pour la production de visuels, infographies et vidéos de qualité pour les publications sur les réseaux sociaux.
- Assurer une cohérence graphique et visuelle avec l'image de marque du Salon ITM.

5. Reporting et analyse des performances :

- Utiliser les outils d'analyse des réseaux sociaux pour mesurer la performance des publications, des campagnes et de l'engagement en ligne.
- Préparer des rapports hebdomadaires et mensuels pour rendre compte des résultats des actions menées et proposer des ajustements en fonction des performances.
- Proposer de nouvelles stratégies ou actions pour améliorer la visibilité et l'engagement sur les plateformes numériques.

6. Collaboration avec l'équipe interne :

- Travailler étroitement avec le Responsable Communication, le Designer et les autres membres de l'équipe pour garantir l'alignement des messages sur toutes les plateformes de communication.
- Participer aux réunions de coordination pour définir les messages clés et ajuster la stratégie de contenu.

Phase avant le salon :

- Animer la phase de pré-lancement avec des teasers, des annonces de speakers, des présentations des exposants et des partenaires.
- Créer une anticipation de l'événement à travers des contenus interactifs et visuels attractifs.
- Mettre en place une stratégie d'engagement pour susciter l'intérêt et la participation du public cible.

Pendant le salon :

- Assurer une couverture en temps réel des événements via des posts réguliers, des photos, vidéos, interviews, stories.
- Gérer les retours et interagir avec la communauté présente en ligne pour amplifier l'engouement autour du salon.
- Coordonner avec le Responsable Communication pour relayer en direct les informations importantes du salon (horaire des conférences, changements, etc.).

Après le salon :

- Continuer l'animation en partageant les moments clés du salon (photos, témoignages, remerciements, bilan de l'événement, etc.).
- Assurer le suivi avec les participants, exposants et partenaires en ligne pour maintenir l'engagement post-événement.
- Analyser les performances des actions et rédiger un rapport complet avec les résultats et recommandations pour l'édition suivante.

Profil recherché :

- Diplôme en communication, marketing digital, gestion de communautés ou dans un domaine similaire.
- Expérience de 2 à 3 ans minimum en gestion des réseaux sociaux, idéalement dans le cadre d'événements.
- Très bonne maîtrise des principales plateformes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube,).
- Excellente capacité à créer du contenu attractif, en particulier visuel (texte, images, vidéos).
- Bonne maîtrise des outils de gestion de communauté et de suivi des performances (Hootsuite, Google Analytics, etc.).
- Compétences rédactionnelles irréprochables en français (la connaissance de l'anglais est un plus).
- Créativité, proactivité et capacité à travailler en équipe.
- Aptitude à travailler sous pression, notamment pendant la phase de l'événement.