

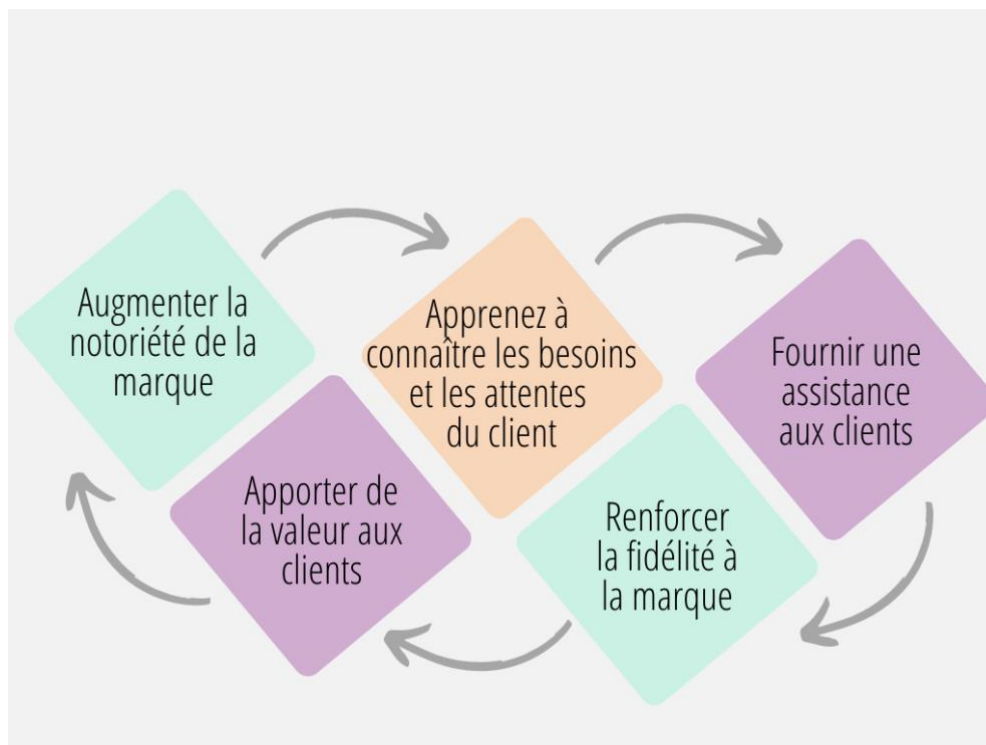
Community management (Gestion des communautés)



Description

Un community manager est responsable de la gestion et du développement de la communauté en ligne d'une entreprise. Il s'engage auprès des clients par le biais des réseaux sociaux et d'événements en direct. Pour savoir ce que les gens disent d'une entreprise ou d'une marque, les community manager surveillent les réseaux sociaux, les blogs et les forums en ligne.

Pertinence d'un Community Manager



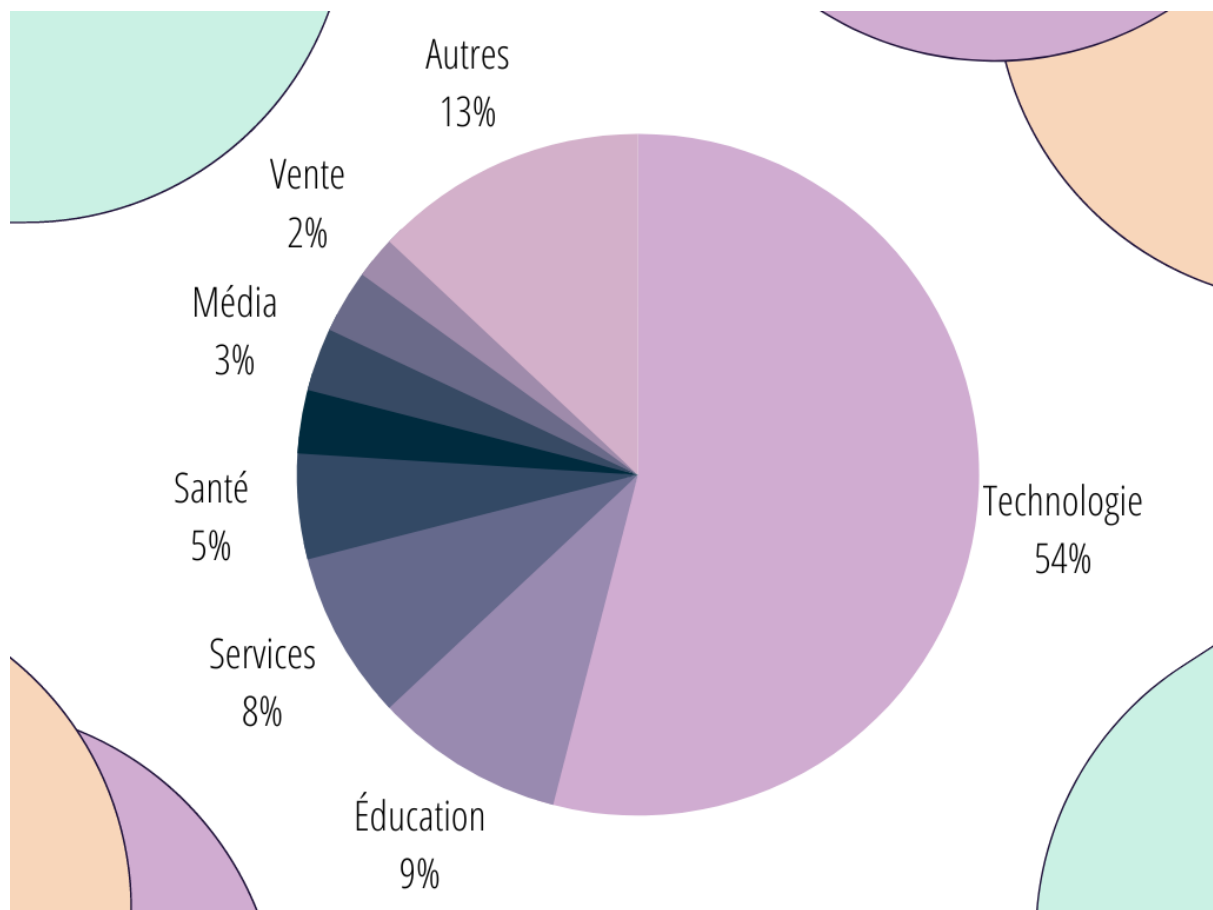
Les responsabilités d'un Community Manager



Aperçu general de la position de Community Manager

Dans l'ensemble, ce domaine professionnel est dominé par les femmes à 64%, contre 33% d'hommes, et 2% de non-binaires.

En termes de profession, il apparaît clairement que la majorité des community managers travaillent dans le domaine technologique et qu'ils ont tendance à être moins représentés dans les autres domaines.



Les community manager utilisent diverses plateformes pour leur travail. Les trois plateformes les plus utilisées sont : Slack (26%), Facebook (26%) et Twitter (15%).



Investissement ou coût d'entrée

Pour commencer à contribuer aux services de gestion de la communauté en tant qu'assistant virtuel, l'investissement suivant est nécessaire :

- Ordinateur de bureau ou ordinateur portable, moniteur et périphériques appropriés (€€)



- Smartphone pour les photos ou les vidéos et les accessoires appropriés (€€)
- Logiciel d'édition de photos ou de vidéos (€€) ; peut être réduit par l'utilisation de logiciels gratuits.
- Autres logiciels tels que les programmes Office ou les outils d'analyse (€€)
- Formation et certification, par exemple, sur des logiciels et des méthodes d'analyse spécifiques (€€)



Impact environnemental

L'impact environnemental :

- Acheter du nouveau matériel informatique (🌿🌿🌿)
- Assister à une formation en présentiel (🌿🌿🌿)

Manières de réduire l'impact environnemental :

- Acheter du matériel d'occasion dans des magasins agréés
- Assister à des formations en ligne



Bonnes pratiques

- Définissez des règles et des lignes directrices pour votre communauté en élaborant des FAQ, un document écrit indiquant les comportements attendus, etc.

- Explorez de nouvelles façons d'engager la communauté, par exemple en créant suffisamment de contenu et en apportant de la valeur aux membres de la communauté.
- Assurez-vous que les membres de la communauté comprennent la marque et l'entreprise que vous représentez, afin qu'ils puissent contribuer à la préserver dans tous les engagements, interactions et contenus.



Défis

- Engager les membres de manière cohérente
- Quantifier la valeur de la communauté
- Des efforts essentiellement manuels plutôt qu'automatisés



Conseils généraux & solutions

Il existe différentes façons de relever ces défis :

- Explorer les modes d'engagement en menant des recherches ou suivre des cours et formations sur l'engagement des membres.
- Utiliser des outils d'analyse et des méthodes de recherche pour définir et quantifier la valeur d'une communauté.

Explorez des méthodes innovantes d'automatisation et créez des solutions pour des outils automatisés de gestion de la communauté.





À qui s'adresse cet outil et cette activité ?

- Personnes ayant de solides compétences en matière de communication : elles doivent être capables de bien écrire et de communiquer clairement avec les clients sur différents supports (blogs, courrier électronique, médias sociaux).
- Personnes ayant un sens aigu de l'organisation : community manager doivent rester organisés et gérer le processus de production de contenu sur plusieurs plateformes.
- Personnes ayant de solides compétences en analyse de données : elles doivent être capables de générer et d'interpréter des données clés (qualitatives et quantitatives) pour surveiller la communauté.
- Des personnes fortes en résolution de conflits : les community manager doivent être formés pour désamorcer les situations tendues avec les membres de la communauté.

Conclusions

- Le community management se développe pour devenir un instrument central de la stratégie d'entreprise en faisant participer les clients existants et potentiels.
- Dans un premier temps, ils doivent investir dans du matériel électronique et des logiciels, mais il est possible de faire des économies en installant des logiciels gratuits ou en achetant du matériel d'occasion.
- Ils peuvent également minimiser l'impact environnemental en achetant du matériel d'occasion ou en assistant aux réunions et formations depuis leur domicile.



- Fixer des règles et des lignes directrices, mais aussi faire preuve d'authenticité et être à l'écoute de la communauté sont quelques-unes des bonnes pratiques essentielles.
- Les défis les plus importants sont d'impliquer les membres de la communauté et de quantifier la valeur d'une communauté.
- Les community manager peuvent mener des recherches sur les méthodes et les outils permettant de mieux impliquer une communauté et sur la génération et l'interprétation des données.
- Les bons community manager possèdent de solides compétences en matière de communication, d'organisation et d'analyse des données.

Bibliographie :

- CMX (2021). 2021 Community Industry Report.
<https://cmxhub.com/community-industry-report-2021/> (last accessed on 14.04.2022).
- HubSpot (2022): The Ultimate Guide to Community Management.
<https://blog.hubspot.com/marketing/community-management-expert-advice> (last accessed on 14.04.2022).

* Financé par l'Union européenne (Code du projet: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

Cette œuvre est placée sous licence Creative Commons Attribution- NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

