

Date :
15 janvier 2021

Poste tenu par :
Responsable hiérarchique : La Directrice de la Communication

DESCRIPTION DE POSTE

1) DENOMINATION DU POSTE :

Community manager

Grade et filière	REDACTEUR TERRITORIAL / ADMINISTRATIVE
------------------	--

2) LES RELATIONS :

A) Place dans l'institution

Rattachement hiérarchique

DIRECTION	SERVICE	CELLULE ou GROUPEMENT	LOCALISATION	RESIDENCE ADMINISTRATIVE
Communication		Edition Multimédia	23 Boulevard de la Trémouille	DIJON

Liaisons fonctionnelles transversales (Infra et inter-service, inter-direction...) ?

- Tous les agents de Direction de la communication
- Directions et services du Conseil Départemental
- Cabinet du Président
- Conseillers Départementaux

Encadrement fonctionnel ? NON

Encadrement technique ? NON

B) Relations externes

- Partenaires Institutionnels et privés
- Elus locaux
- Partenaires associatifs
- Prestataires : agence de communication, agences web, graphistes, photographes, journalistes, imprimeurs, routeurs
- Public / lecteurs / internautes

3) MISSION PRINCIPALE :

Sous la responsabilité et l'animation de la Responsable de Cellule Digital/Multimédia et du Directeur de la Communication, participe au développement de la notoriété du Département au sein des communautés du web :

- Produit des contenus pertinents, réguliers et adaptés aux cibles, dans le respect des lignes éditoriales, sur les réseaux sociaux et les différents sites internet de la collectivité,
- Planifie la production, anime les réseaux sociaux grand public et professionnels, pilote la diffusion des posts, évalue et analyse l'efficacité des actions de webmarketing,
- Participe à l'évolution de la stratégie digitale par son expertise et sa créativité,
- Travaille en transversalité avec les membres de la Direction Communication, les services et partenaires.

4) TACHES OU ACTIVITES PRINCIPALES :

- Administre les différents comptes de la collectivité (Facebook, Twitter, Instagram, chaîne Youtube) et développe les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn),
- Produit et pilote la création des contenus (textes, images, vidéos) sur les différents canaux digitaux destinés à promouvoir les événements et actions du Département, crée des rendez-vous réguliers, relaie les contenus de ses satellites (Côte-d'Or Tourisme, Médiathèque Côte-d'Or..) et de ses partenaires institutionnels/associatifs/sportifs,
- Modère les contenus dans le respect des règles et assure la relation usagers en répondant seul ou en collaboration avec les experts des services, participe à la gestion de crise,
- Met en place les actions destinées à la croissance organique et les actions de marketing digital destinées à recruter et fidéliser les internautes : jeu-concours, enquêtes de satisfactions, campagnes Facebook ads..,
- Participe à la réflexion et à la création d'actions de webmarketing du service : campagnes d'e-mailing, sms..,
- Planifie et suit les actions de recrutement d'internautes en proposant les outils de gestion de contenus et de veille les plus pertinents,
- Définit les indicateurs, analyse et mesure les audiences et l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux et les sites internet (outils d'analyse des réseaux sociaux, Google Analytics), produit les tableaux de bords de suivi de performances, propose les actions d'amélioration,
- Par sa veille active sur les évolutions des réseaux sociaux et du digital (usages, utilisateurs, fonctionnalités), participe à la réflexion sur les actions et outils qui permettent d'accroître l'influence du Département dans l'écosystème digital : réseaux sociaux, mobile, sites..

5) CONTEXTE PARTICULIER OU SPECIFIQUE AU POSTE :

- Disponibilité en soirées, week-ends pour couverture d'évènements
- Permis B indispensable
- Diplôme de l'enseignement supérieur en webmarketing/communication digitale
- Expérience significative souhaitées sur fonction similaire
- Expérience en collectivité de 3 ans minimum souhaitée (région, département, métropole)

6) CAPACITES REQUISES POUR OCCUPER LE POSTE :

TRONC COMMUN DE COMPÉTENCES

Analyser les besoins des services ou solliciter leurs informations afin de produire des supports en adéquation avec les objectifs de communication

Élaborer un plan de communication en fonction de la stratégie définie

Connaître les règles générales du droit appliquées à la communication, à la propriété intellectuelle, à l'accès aux documents administratifs et aux libertés individuelles

Connaître les méthodes de recueil et de traitement de l'information (entretiens, réunions, enquêtes, reportages, etc.)

Savoir identifier les partenaires pertinents (ceux dont la collaboration conditionne ou favorise la réalisation de la mission) en fonction du domaine traité et repérer leurs attentes

Rédiger en développant une argumentation claire, concise et de nature à emporter la conviction

Connaître les enjeux, les évolutions et le cadre réglementaire des politiques publiques du secteur

Anticiper la conduite de projets/événements et mettre en œuvre les méthodes et outils nécessaires

Respecter les priorités, gérer l'urgence et l'imprévu

COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES

Maîtrise et usage des réseaux sociaux/blogging, des fondamentaux du webmarketing (SEO/SMO/SEM), des outils d'analyse (Google Analytics, Google Search Console), des outils digitaux de gestion de contenu et de gestion de projet

Maîtrise de l'écriture journalistique et web

Maîtriser les règles d'orthographe, de grammaire et de syntaxe

Maîtrise de la photographie, de la réalisation vidéo (smartphone), tutoriels, infographies

Maîtrise des CMS courants (Drupal, Wordpress) et du langage HTML

Connaissance des outils de PAO (Photoshop, Indesign, Illustrator)

Connaissance du Règlement Général sur la Protection des Données