RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Community manager (animateur / Animatrice de communauté en ligne)

Garant ou garante de la présence et de la (bonne !) réputation d'une marque ou d'une entreprise sur les réseaux sociaux, le ou la community manager (animateur / animatrice de communauté en ligne) anime une communauté d'internautes, publie des tweets (messages), répond aux questions sur les réseaux qu'il ou elle alimente au quotidien.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 3**

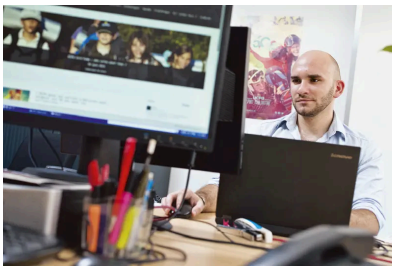
Salaire débutant : **2230 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Animateur / animatrice de communauté, Animateur / animatrice de communautés web, Animateur / animatrice de réseaux sociaux, Animateur / animatrice de site web

Secteurs professionnels : Banque - assurances, Commerce et distribution, Communication, Édition, librairie, bibliothèque, Fonction publique, Jeu vidéo, Marketing, publicité, Tourisme

Centre d'intérêt : J'aime communiquer, convaincre



© Grégoire Maisonneuve/Onisep

Le métier

Animer une communauté

En partie responsable de l'e-réputation d'une marque, le ou la *community manager (animateur ou animatrice de communauté en ligne)* est expert/e des réseaux sociaux. Il ou elle s'attache à créer et animer une communauté d'internautes sur la Toile. Pour cela, il convient d'enrichir la page Facebook ou le fil Instagram de son employeur, de répondre aux questions postées sur le mur ou le site de la marque, publier régulièrement des *tweets* (messages) ou des photos, etc. Il ou elle doit s'organiser pour publier du contenu de manière régulière sur les différents canaux à sa disposition.

Faire le *buzz (bouche-à-oreille)*

Le ou la *community manager (animateur / animatrice de communauté en ligne)* a pour objectifs d'accroître la notoriété de la marque ou de l'entreprise qu'il ou elle représente, de gagner des clients, de les fidéliser. Pour cela, tous les moyens sont bons : publications de vidéos, organisation de concours photos, de jeux, voire d'événements autour d'un produit... Autant de propositions qui pourront être partagées et enrichir la communauté.

Réagir vite

Il ou elle a en permanence l'œil sur les réseaux pour suivre ce qui se dit sur la marque dont il ou elle doit défendre l'image à tout prix. En cas d'attaque ou de propos négatif, il ou elle doit réagir et contrecarrer très vite pour éviter que le mauvais *buzz* (bouche-à-oreille) se propage. L'ennemi du ou de la *community manager (animateur / animatrice de communauté en ligne)* ? Les *trolls* (provocateurs) et les *haters* (haineux) qui se répandent en propos et commentaires négatifs sur les réseaux sociaux.

Compétences requises

Technicité et maîtrise de la langue

Le ou la *community manager* (animateur / animatrice de communauté en ligne) est expert/e d'Internet et des réseaux sociaux. Il ou elle maîtrise les logiciels de

référencement et les moteurs de recherche, la blogoshpère de son domaine et les forums. Il ou elle a intégré les codes de sa cible pour susciter les échanges et sait analyser les résultats de ses actions qu'il faut être capable de présenter par écrit ou à l'oral. Le ou la *community manager (animateur / animatrice de communauté en ligne)* aime l'échange, et la créativité. Il ou elle écrit avec aisance et humour, le cas échéant.

Disponibilité

Curieux / curieuse, le ou la *community manager* (animateur / animatrice de communauté en ligne) est aussi réactif / réactive. Il ou elle est en permanence connecté/e et effectue une veille pour observer la concurrence et les nouvelles tendances mais surtout gérer les éventuels problèmes. Il ou elle doit être sur le qui-vive car les informations (vraies ou fausses) se répandent à la vitesse de la lumière sur la Toile. Son organisation et son sang-froid lui permettent de prendre du recul. Il faut aussi savoir se remettre en question.

Polyvalence recherchée

Être à l'aise avec les réseaux sociaux ne suffit plus. Des compétences en marketing (mercatique) sont de plus en plus recherchées pour que son travail renforce la stratégie établie. Le sens de la pédagogie, pour insuffler en interne la culture des réseaux sociaux aux salariés et aux dirigeants, est également important.

Où l'exercer ?

Attention à l'overdose

La Toile est active jour et nuit, 365 jours par an ! S'il est impossible au ou à la *community manager* (animateur / animatrice de communauté en ligne) d'être branché/e en permanence, il faut néanmoins être au plus près des réseaux pour ne pas laisser un commentaire néfaste se répandre, par exemple. Alertes, écrans multiples, il ou elle n'est jamais loin et cela peut devenir addictif. Il est primordial de prioriser, en commençant par les urgences, et de déléguer quand c'est nécessaire, de programmer des publications à l'avance, etc..

Un train d'avance

Il faut se renouveler en permanence sur les réseaux sociaux et, si possible, se différencier de la concurrence. Au-delà Facebook et X (ex-Twitter), il est désormais important pour certaines marques d'être présentes sur Snapchat ou Instagram. De même, la vidéo, parfois même en direct, supplante de plus en plus la simple photo, surtout si l'on souhaite un essaimage important.

Aussi en interne

En fonction de son lieu d'exercice et de la définition de son poste, le ou la *community manager (animateur / animatrice de communauté en ligne)* peut être rattaché/e à la direction de la communication ou du marketing (mercatique), voire à la direction commerciale ou la DRH. Il ou elle participe aux réunions pour être au fait de l'actualité

de l'entreprise et doit parfois être pédagogue en interne pour éduquer les salariés à la bonne utilisation des réseaux sociaux.

Les études

Après le bac

La tendance est de recruter des bac+3 (BUT information-communication, métiers du multimédia et de l'Internet ; licence professionnelle en e-marketing...) ou bac + 4, + 5 (master ; diplôme d'école de communication, d'école en e-commerce, d'IEP...).

bac + 3

→ BUT information-communication parcours communication des organisations

→ BUT information-communication parcours information numérique dans les organisations

→ BUT métiers du multimédia et de l'internet parcours stratégie de communication numérique et design d'expérience

→ Chargé de marketing digital et e-commerce

→ Community Manager (Ifocop)

→ Licence pro mention e-commerce et marketing numérique

→ Licence pro mention métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation web

→ Responsable marketing et commercial spécialisé en acquisition numérique

→ Responsable marketing et communication

bac + 5

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Grenoble

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Lille

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Lyon

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Paris

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Toulouse

→ Diplôme du programme grande école de l'ESCP

→ Diplôme du programme grande école de l'ICD

→ Diplôme du programme grande école de MBS

→ Diplôme du programme grande école de TBS Education

→ Diplôme supérieur en management

→ Diplôme supérieur en management du marketing digital

→ Manager de la communication et du marketing digital

bac + 6

→ Mastère spé. marketing management et digital

Emploi et secteur

En voie de démocratisation

Le métier de *community manager* (animateur / animatrice de communauté en ligne) est encore récent. S'il commence à devenir courant dans certains secteurs, il faut parfois démontrer l'utilité du poste, notamment dans les petites structures. Le plus grand nombre d'emplois se trouve dans les grandes entreprises, très présentes sur le Web (grande distribution, banque-assurance, agroalimentaire...), dans le commerce en ligne, les agences Web, de communication ou de publicité, les éditeurs de jeux vidéo, etc.

Plus ou moins spécialisé

Dans un grand groupe, il ou elle pourra se spécialiser dans la relation client ou être intégré/e au service des ressources humaines, afin de gérer la communication interne et de contribuer à la qualité du dialogue dans l'entreprise. Le poste sera plus polyvalent dans une PME ou une start-up où il ou elle pourra définir sa stratégie et toucher à la communication et/ou au marketing. Il ou elle peut aussi travailler en indépendant.

Vers le marketing (mercatique)

Après quelques années, le ou la *community manager* (animateur / animatrice de communauté en ligne) peut devenir *social media manager* (responsable des réseaux sociaux, ce qui inclut des compétences en marketing) dans une agence spécialisée, ou responsable digital après avoir acquis une vision globale en communication-marketing (mercatique) ou encore responsable de la communication *on line* (en ligne).

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Banque - Assurances

Commerce et distribution

Communication

Édition, librairie, bibliothèque

Jeu vidéo

Marketing, publicité

Tourisme

Salaire du débutant *

À partir de 2230 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Informations sur les métiers et les formations, en particulier en alternance, sur le secteur du numérique et de l'événementiel.

Informations sur le secteur et les métiers du marketing et de communication digitales.

Le site de l'Union française des métiers de l'événement

Librairie

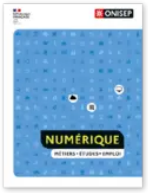


PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €

PDF • 8,00 €



PARCOURS

Numérique

Paru le 02/06/2025
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



PARCOURS

Les métiers de l'information et de la communication

Paru le 08/11/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centre d'intérêt

J'aime communiquer, convaincre →

Autres métiers à découvrir

- Chef de projet communication digitale
- Nettoyeur web
- Traffic manager (responsable de la promotion en ligne)
- Chargé d'études en marketing (mercatique)
- Responsable marketing sportif