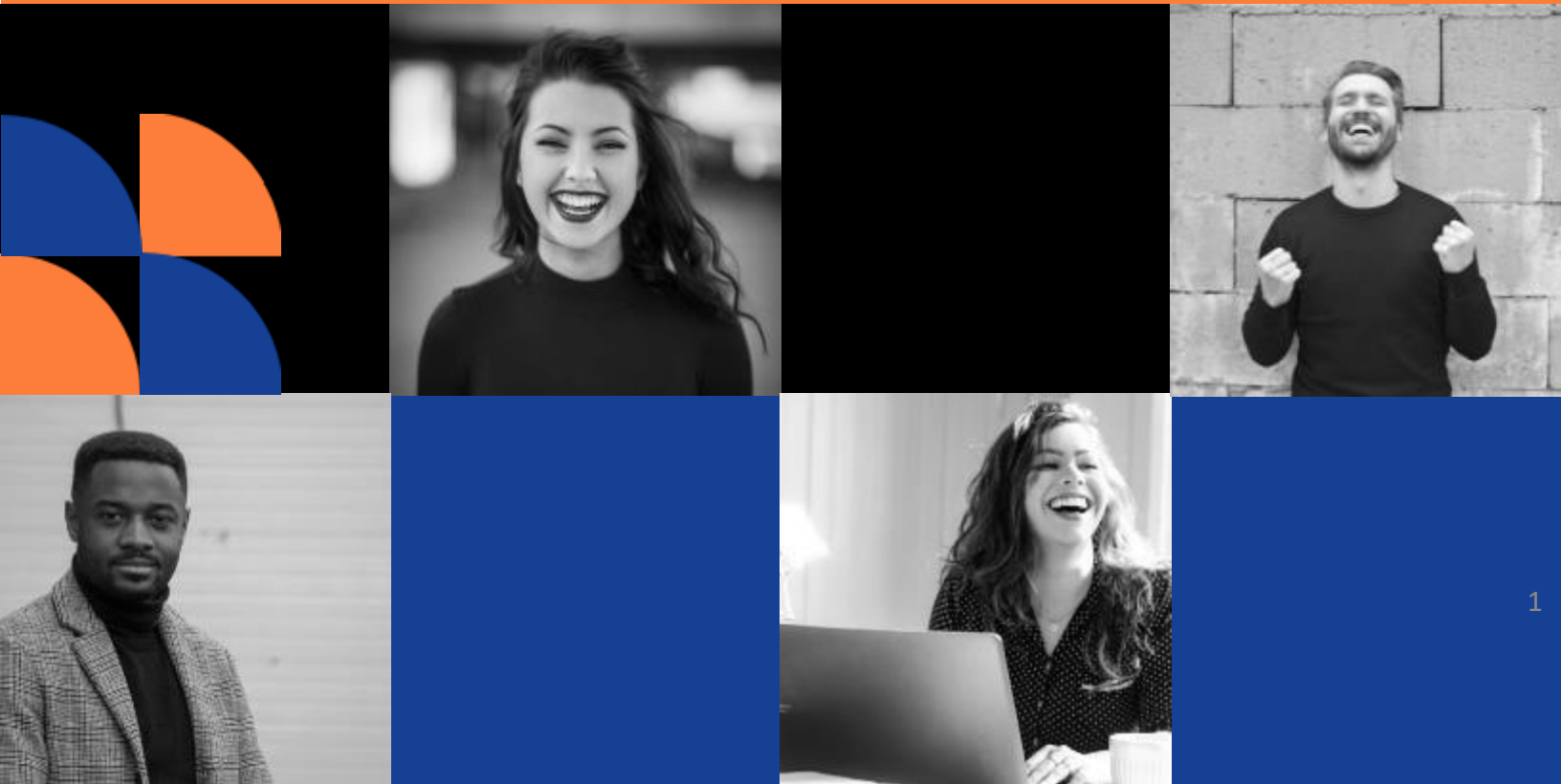


Mon Métier de Social Media Manager



Social Media Manager



VOS ROLES ET VOS ENJEUX

Vous élaborez et déployez la stratégie d'influence de l'entité ou d'un produit. Vous définissez une stratégie de communication spécifique pour les réseaux sociaux et fédérez les collaborateurs en interne. Vous construisez et suivez une ligne éditoriale cohérente. Vous êtes capable d'analyser les tendances, de créer du contenu engageant et de mesurer l'impact des actions. Vous interagissez avec les équipes marketing, communication et RH pour assurer une présence digitale efficace de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

VOS RESPONSABILITÉS

- Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication digitale de Crédit Mutuel Alliance Fédérale sur les réseaux sociaux
- Définir et suivre une ligne éditoriale cohérente avec l'image et les valeurs de Crédit Mutuel Alliance Fédérale
- Créer et planifier du contenu engageant pour les différentes plateformes sociales
- Analyser les performances des campagnes et ajuster la stratégie en conséquence
- Collaborer avec les équipes marketing, communication et ressources humaines pour aligner les messages sur les objectifs du Groupe
- Gérer la réputation en ligne de Crédit Mutuel Alliance Fédérale et répondre aux commentaires des utilisateurs
- Identifier et mobiliser des influenceurs pour amplifier la portée des messages de Crédit Mutuel Alliance Fédérale
- Former et sensibiliser les collaborateurs à l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux
- Veiller sur les tendances du digital et proposer des innovations pour maintenir la compétitivité de Crédit Mutuel Alliance Fédérale
- Participer à l'élaboration de la stratégie d'influence globale de Crédit Mutuel Alliance Fédérale dans son domaine d'expertise

Exemples de parcours pour y parvenir : Formation en communication digitale ou marketing. Expérience en gestion de communautés en ligne.

Exemples d'opportunités à partir de ce métier : Pour découvrir les autres métiers, consultez la [Carte des métiers et parcours professionnels](#).





LES COMPÉTENCES		
SAVOIR-FAIRE	SAVOIRS	SAVOIR-ÊTRE
Analyse	Conformité	Apprendre à apprendre
Gestion des réseaux sociaux	Langues	Assertivité
Innovation	Marketing et communication	Être acteur du collectif
Marketing opérationnel	Middle & back office	Être centré client
Orientation client	Offre	Être force de proposition
Pilotage	Projet et innovation	Être proactif
Planification	SI & DATA	Être responsable
Promotion multicanale	Stratégie	Faire preuve de flexibilité
Réseautage		Faire preuve d'esprit critique
Stratégie de contenu digital		Innovation
		Pédagogie
		Porter nos valeurs
		Savoir communiquer



SAVOIR-FAIRE	Définitions
Analyse	• Détecter et recenser les informations, veiller à leur exhaustivité et prendre en compte la durée de vie de la donnée dans l'analyse • Combiner les sources d'informations, mener les études adéquates, mettre en perspective le sujet et son contexte et comprendre leurs enjeux • Faire preuve d'un regard critique dans l'étude du sujet, associer les parties prenantes concernées et évaluer les scénarii opportuns et leurs impacts • Formaliser et transmettre les conclusions et préconisations adéquates dans un objectif de qualité et de performance
Gestion des réseaux sociaux	• Élaborer et piloter des stratégies cross-plateformes pour les réseaux sociaux • Utiliser les outils professionnels de gestion et planification (Hootsuite, Buffer, Later) • Animer et modérer les communautés en ligne pour maximiser l'engagement • Analyser les KPIs et optimiser les performances des contenus
Innovation	• Être moteur de l'innovation, porter les projets d'évolution et s'engager dans leur réussite • Promouvoir une culture du benchmark, la remise en question et l'innovation auprès des équipes dans un objectif d'efficacité et de performance • Faire du changement une opportunité, oser adapter le cap et impulser la prise d'initiative au service des enjeux concernés • Être l'ambassadeur/ambassadrice du Groupe, sa raison d'être et ses valeurs, et animer un réseau professionnel de qualité au service de la caisse/agence
Marketing opérationnel	• Définir et piloter la stratégie marketing globale du Groupe, en alignement avec les objectifs commerciaux et financiers • Superviser et coordonner les équipes marketing pour assurer la cohérence et l'efficacité des actions à travers tous les canaux • Analyser les tendances du marché et anticiper les évolutions pour maintenir l'avantage concurrentiel du Groupe • Gérer le budget marketing global et optimiser le retour sur investissement des campagnes et initiatives
Orientation client	• Entretenir une relation de proximité et mettre à disposition son expertise au service de son marché, développer son réseau et animer la relation multicanale au plus près de la vie locale • Intégrer les spécificités privées, professionnelles et/ou patrimoniales, orienter le client dans chaque étape de vie de la relation et l'accompagner au plus près de ses besoins, projets et objectifs • Mobiliser les expertises adaptées à la structuration de l'offre, proposer la solution personnalisée et démontrer la valeur ajoutée et la qualité du service apporté • Exploiter la connaissance du client, développer et faire vivre une relation d'équité centrée sur la qualité du partenariat et la satisfaction



SAVOIR-FAIRE	Définitions
Pilotage	• Définir la feuille de route en fonction de la stratégie et l'environnement de l'entité, conduire sa mise en œuvre opérationnelle • Structurer l'organisation adéquate, mobiliser les équipes et animer l'activité au quotidien dans un objectif de qualité, de coût et de respect des délais • Suivre les indicateurs, mesurer l'efficacité opérationnelle et garantir le bon déroulement de la feuille de route • Anticiper les évolutions et arbitrer en fonction du besoin, des objectifs et des enjeux
Planification	• Solliciter les ressources et parties prenantes adéquates, identifier les besoins et structurer les étapes • Cadencer, coordonner et mettre en œuvre les différentes étapes et veiller à leur bon déroulement • Prioriser et adapter la feuille de route dans une démarche d'efficacité et de satisfaction
Promotion multicanale	• Diriger et optimiser la stratégie multicanale globale du Groupe, en alignant les objectifs commerciaux avec les innovations technologiques • Piloter l'intégration des canaux émergents dans la stratégie de communication existante, en anticipant les tendances du marché et les comportements des consommateurs • Évaluer et améliorer continuellement l'efficacité de la stratégie multicanale, en utilisant des métriques avancées et des analyses prédictives • Former et guider les équipes sur les meilleures pratiques en matière de promotion multicanale, en favorisant une culture d'innovation et d'adaptation continue
Réseautage	• Développer un réseau de qualité, entretenir des synergies constructives avec les équipes internes et partenaires externes • Solliciter les spécialisations et expertises et entretenir des relations de qualité avec l'ensemble des acteurs professionnels au service de l'efficacité • Être relais des valeurs et du positionnement de l'entreprise auprès des parties prenantes externes, et veiller à la qualité de l'image transmise
Stratégie de contenu digital	• Élaborer des stratégies de contenu digital intégrant storytelling et formats innovants • Gérer l'e-réputation et déployer des protocoles de gestion de crise • Développer des campagnes d'influence marketing avec KPIs mesurables • Optimiser la présence sociale pour le social selling B2B et B2C

Social Media Manager



Attention : Les détails de la compétence sont donnés à titre indicatif et ne sont pas nécessairement à maîtriser pour la compétence dans le métier de cette fiche. Ils serviront à alimenter les fiches pédagogiques en formation.

SAVOIRS	Compétences	Détails
Conformité	• Conformité déontologie	• Conflits d'intérêts client/salarié • Corruption • Faculté de signalement • Listes de surveillance et d'interdiction • Suivi du personnel sensible
	• Conformité éthique	• Politique interne d'entrée en relation
	• Conformité réglementaire	• Certifications et formations réglementaires • Conformité fiscale • Directive MIF / RG AMF • Externalisation • Finance durable - ESG • MICA • Prestations essentielles externalisées, IOBSP... • Protection des investisseurs et transparence de marchés • Règlement MAR • Réglementation américaine • Réglementation FATCA, EAI & QI • RGPD • Veille réglementaire • Volcker, Dodd Franck Act
Langues	• Anglais	
Marketing et communication	• Communication de marque	
	• Communication digitale	
	• Communication externe	
	• Communication institutionnels	
	• Communication produit	
	• Etudes marketing	• Curation • Techniques d'analyse • Techniques de veille
	• Expérience client	
	• Marketing digital	• E-Commerce • Vente en ligne

Social Media Manager



Attention : Les détails de la compétence sont donnés à titre indicatif et ne sont pas nécessairement à maîtriser pour la compétence dans le métier de cette fiche. Ils serviront à alimenter les fiches pédagogiques en formation.

SAVOIRS	Compétences	Détails
	• Marketing opérationnel	
	• Marketing produit	
	• Marketing stratégique	
Middle & back office	• Bureautique hors Pack Office	
	• Bureautique Pack Office	• Gestion de données - ACCES • Messagerie - OUTLOOK • Publication - POWERPOINT • Tableur - EXCEL • Traitement de texte - WORD
Offre	• Animation de la relation client	• Conduite d'entretien • Dispositifs de communication • Négociation • Outil de requêtage FOCUS • Outils de pilotage et de suivi clients • Prospection et développement • SI décisionnel
Projet et innovation	• Conduite de projet	• Construction et gestion de budget • Gestion du changement • Méthodologie de construction de projet • Outils et méthodes de reporting • Planification
	• Innovation	• Techniques d'idéation
	• Intelligence collective	• Facilitation • Outils d'animation • Techniques d'animation d'ateliers d'IC
SI & DATA	• Business analyse	• Connaissance des différentes offres (banque et filiales) • Connaissance des données flux C/C et contrats • Connaissance du SIO • Connaître et comprendre les restitutions des données dans le transactionnel (SEQP, MOUV, DOCO...) • Statistiques descriptives, analyses bivariées • Stratégie marketing et commerciale • Utilisation outil et techniques de data mining

Social Media Manager



Attention : Les détails de la compétence sont donnés à titre indicatif et ne sont pas nécessairement à maîtriser pour la compétence dans le métier de cette fiche. Ils serviront à alimenter les fiches pédagogiques en formation.

SAVOIRS	Compétences	Détails
	• Data science	• Connaissance des flux et structures de données métier • Data management/pré-processing • Préparation de bases de données ; manipulation/transformation de volumes de données importants • Statistiques avancées et théorie des probabilités
	• Web Analyse	• Analyses et restitutions • Analyses/Reporting dynamiques • Tracking • Utilisation outil de datavisualisation
Stratégie	• Stratégie commerciale	• Stratégie de développement de business • Stratégie de distribution • Stratégie de vente
	• Stratégie d'entreprise	• Stratégie de croissance • Stratégie de gouvernance • Stratégie d'innovation
	• Stratégie des systèmes d'information	• Stratégie data • Stratégie digitale • Stratégie IT
	• Stratégie marketing	• Analyses concurrentielles • Plan de communication • Politique de marque • Positionnement produit • Segmentation cible • Stratégie de contenu



SAVOIR ETRE	Définitions
Apprendre à apprendre Capacité à rechercher et mobiliser en permanence les moyens de se développer et d'apprendre. Faire évoluer ses pratiques en fonction de ses nouveaux acquis	• J'exploite les différents processus d'apprentissage pour optimiser le développement de mes compétences • Je m'engage en pratiquant et appliquant les nouvelles connaissances • Je partage de nouveaux enseignements avec les autres
Assertivité Capacité à exprimer ses pensées et ses besoins sans agressivité, sans passivité, sans manipulation	• Je réagis de manière calme et assurée dans les situations difficiles pour continuer à livrer de bonnes prestations • Je maîtrise mes réactions et agis avec lucidité • Je formule une critique constructive
Être acteur du collectif Capacité à s'inscrire et à participer activement à une dynamique collective, à développer une relation de confiance avec les autres personnes de son équipe et fédérer dans un objectif commun	• J'organise un travail commun en m'appuyant sur les compétences de chacun • Je sais partager des informations dans l'intérêt du groupe • Je viens en appui d'un collaborateur dans le besoin
Être centré client Capacité à mettre le client externe comme interne au centre de notre attention, à être force de proposition pour répondre au mieux à ses besoins et à ses attentes au service de la performance	• Je suis proactif avec le client externe comme interne • Je lui propose les solutions adaptées • Je concilie l'intérêt du client et de l'entreprise
Être force de proposition Capacité à proposer une solution réalisable en fonction du temps, des moyens et des outils mis à disposition	• J'explique habilement comment mes propres idées et solutions peuvent faire avancer les intérêts des autres et répondent à leurs préoccupations
Être proactif Capacité à anticiper et agir de manière proactive pour atteindre un objectif ou résoudre un problème - Capacité à prendre des initiatives, à être prévoyant et à ne pas attendre que les choses se passent avant de réagir	• J'identifie les opportunités de croissance et d'expansion pour l'organisation • J'élabore des plans stratégiques pour atteindre les objectifs à long terme • J'établis des partenariats pour maximiser les résultats
Être responsable Capacité à utiliser les moyens à disposition pour atteindre ses objectifs, à prendre de la hauteur et à être responsable de ses choix pour améliorer la performance de son activité et avancer dans un esprit de confiance	• J'analyse les situations et fais des choix en conséquence • Je suis autonome • Je prends de la hauteur sur les situations



SAVOIR ETRE	Définitions
Faire preuve de flexibilité Capacité à s'adapter rapidement et efficacement à des situations changeantes ou imprévues - Capacité à remettre en question ses propres certitudes et de trouver des solutions créatives à des problèmes complexes	• J'anticipe les changements potentiels et prépare des plans d'actions pour y faire face • Je gère efficacement les situations de tensions et de résistance au changement et trouve des solutions acceptables pour toutes les parties prenantes • J'évalue les risques et les avantages des changements potentiels et prends des décisions réfléchies • Je gère les paradoxes et incertitudes dans mon quotidien
Faire preuve d'esprit critique Capacité à identifier l'ensemble des aspects d'un sujet et les examiner d'une manière critique pour formuler un point de vue étayé - Être poussé par le désir d'en savoir plus sur les choses, les personnes ou les événements	• Capacité à mobiliser ses savoirs, en autonomie, sur des opérations avancées dans un contexte complexe ou changeant • Capacité d'analyse et de recherche de solutions, adaptation à des situations nouvelles
Innovation Capacité à sortir du cadre existant en proposant des idées nouvelles qui conviennent aux clients et/ou à l'organisation - Se montrer ouvert et curieux à de nouvelles tendances - Développer des moyens nouveaux ou plus performants pour la réussite de l'organisation	• Je fais des propositions pour éviter que le même problème se répète à l'avenir • Je teste les idées innovantes sous des angles multiples et variés • J'anticipe les prochains défis en agissant dès maintenant • Je prends des risques afin de mener à bien les innovations
Pédagogie Capacité à transmettre ses connaissances et ses expériences d'une manière structurée, cohérente et adaptée aux interlocuteurs pour leur permettre de les mettre en pratique	• J'adapte les méthodes d'apprentissage aux besoins de mes interlocuteurs • Je facilite l'apprentissage en faisant réfléchir mes interlocuteurs de la manière la mieux adaptée à la situation
Porter nos valeurs Capacité à s'inscrire dans les valeurs portées par le groupe en tant qu'entreprise à mission – diversité, inclusion, équité, exemplarité, droit à l'erreur – et à les diffuser dans ses pratiques et à ses collaborateurs	• Je suis bienveillant et de bonne volonté dans mes pratiques et avec mes différents interlocuteurs • Je véhicule les valeurs du groupe dans mes pratiques



SAVOIR ETRE	Définitions
Savoir communiquer Capacité à écouter et comprendre - Savoir appréhender les différentes techniques de communication (écrit, oral, non-verbal), adapter sa communication et faire preuve de pédagogie	• Je sais mobiliser mon auditoire • Je communique sur des sujets complexes • Je porte mon discours avec conviction