

## Fondation Mohammed VI de Promotion des Œuvres Sociales De l'Éducation-Formation

### Fiche de poste d'un Community Manager

#### Positionnement hiérarchique

- Supérieur hiérarchique (n+1) : **Chef de service Marketing Opérationnel**

#### Missions

- **Missions :**
  - Contribuer à la mise en œuvre de la stratégie digitale de la Fondation : e-réputation, gestion des stratégies d'acquisition et de fidélisation des abonnés ;
  - **Gérer et animer la communauté en ligne**, répondre aux questions des adhérents et encourager les interactions pour renforcer l'engagement ;
  - **Assurer le suivi et le reporting des performances des réseaux sociaux**, en analysant les métriques clés ;
  - **Analyser les résultats des campagnes digitales** et ajuster les stratégies de communication ;
  - **Créer et superviser le contenu éditorial**, reposant sur une stratégie éditoriale cohérente avec les objectifs de la Fondation ;
  - **Planifier et gérer les publications sur les réseaux sociaux**, y compris la mise en œuvre de campagnes publicitaires et l'analyse des performances ;
  - **Surveiller et préserver l'e-réputation de la Fondation.**

#### Activités et tâches principales

- **Contribuer au développement de la stratégie de communication web**, en cohérence avec les objectifs de la Fondation ;
- **Créer, adapter et diffuser le contenu éditorial & multimedia**, pour alimenter les pages dédiées aux réseaux sociaux ;
- **Publier et gérer la mise en ligne du contenu éditorial** sur les différents canaux numériques ;
- **Créer et animer la communauté de la Fondation en ligne** (pages, groupes, forums de discussion...);
- **Fédérer et fidéliser les internautes**, en cultivant une communauté conviviale et engagée autour des valeurs de la Fondation ;
- **Modérer les interactions sur les réseaux sociaux**, y compris les commentaires, messages privés, et demandes d'informations pratiques ;
- **Planifier et mettre en œuvre les campagnes de sponsoring et de communication ;**
- **Effectuer une veille constante sur le web**, en surveillant les mentions, l'e-réputation, et les retours concernant la Fondation et ses prestations ;
- **Identifier les nouveaux outils ou médias sociaux pertinents** pour renforcer la présence en ligne de la Fondation.
- **Élaborer un plan d'action annuel**, pour orienter les activités de communication digitale ;
- **Adapter les modes de communication en fonction des objectifs**, en mettant en place les canaux nécessaires pour toucher les différentes cibles ;

#### Profil

- **Formation :**
  - Diplôme universitaire de niveau Bac+5 (Master en Journalisme et/ou Communication, Communication Digitale ou Marketing.).
- **Expérience :**
  - Une expérience minimale de 2 ans minimum en Marketing Digital, Social media Management, Community Management ou dans la production des Contenus Audiovisuels et Numériques.
- **Compétences technique et managériales :**
  - Maîtrise des plateformes sociales, analyse de données, stratégie de contenu ;
  - Maîtrise des outils de streaming, logiciels de diffusion et gestion du matériel audiovisuel (caméras, micros, éclairage...);
  - Bonne utilisation des applications informatiques métier ;
  - Bonne connaissance des activités de la Fondation, de son environnement et de son cadre réglementaire ;
  - Maîtrise des TIC ;
  - Excellente maîtrise du Marketing digital ;
  - Aptitude à planifier et gérer plusieurs projets simultanément ;
  - Excellente maîtrise des techniques rédactionnelles (notamment en arabe) ;
  - Rigueur et organisation pour structurer et faire avancer les projets;
  - Un bon relationnel ;
  - Esprit d'équipe ;
  - Créativité et force de proposition.