



**REPUBLIQUE DU SENEGAL**

**UN PEUPLE-UN BUT-UNE FOI**

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR**

**ET DE LA RECHERCHE**

**PROGRAMME GRANDE ECOLE GROUPE SUP DE CO DAKAR**



7, Ave Faidherbe Dakar-Sénégal

Tél : 338496919 Fax : 338215074

[www.supdeco.sn](http://www.supdeco.sn)

**COMMERCE INTERNATIONAL**

**Thème : LE MARKETING DIGITAL (LE METIER DE  
COMMUNITY MANAGER )**

Présenté par : **SATOU SAGNA ET MOUHAMED LO**

**MERCURE : LICENCE 3**

**Encadreur : M. SALIOU MBAYE**

**2019-2020**

# Table des matières

<b>I. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE : AZERTY INFORMATIQUE</b>	
A. QUI SOMMES NOUS ?.....	3
B. HISTORIQUE .....	4
C. ACTIVITÉS.....	6
D. LES PARTENAIRES .....	9
E. LA CONCURRENCE .....	10
<b>II. PRÉSENTATION DU MÉTIER : LE COMMUNITY MANAGER.....</b>	<b>11</b>
A. LES MISSIONS DU COMMUNITY MANAGER .....	11
B. LES COMPÉTENCES/QUALITÉS NÉCESSAIRES POUR DEVENIR COMMUNITY MANAGER.....	15
C. LES FORMATIONS À SUIVRE POUR DEVENIR COMMUNITY . MANAGER.....	16
D. LES DÉBOUCHÉS DU MÉTIER ET SES ÉVOLUTIONS . PROFESSIONNELLES. ...	17
E . LES RISQUES DU COMMUNITY MANAGER.....	17
<b>III. BILAN ET PERSPECTIVES.....</b>	<b>19</b>

## INTRODUCTION

Le marketing digital désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux. Le terme est probablement appelé à disparaître dans la mesure où le marketing a tendance à devenir « par essence digital ». Le marketing digital recouvre essentiellement les applications marketing liées à « l'internet traditionnel ».

Cette forte présence du marketing digital est liée à l'importante place qu'a pris l'informatique dans le quotidien mais aussi dans la vie d'une entreprise. L'informatique a connu son véritable envol avec l'apparition des différents réseaux sociaux et internet. Le domaine de l'informatique est aujourd'hui un élément vital à la vie d'une entreprise. Il représente en quelques sortes les points sur lesquels cette dernière repose tant en matière d'administration de gestion que de sécurité.

En Outre des nombreuses techniques de marketing nées avec internet, le marketing digital comprend de plus en plus de techniques et de domaines considérés comme appartenant au marketing traditionnel offline qui se digitalise. C'est dans cette optique qu'Azerty une agence digital qui accompagne les entreprises à développer leur plan de marketing avec des stratégies de communication réaliste fut créé.

Grace à des recherches enquêtes et les nombreuses informations qu'on a pu collecter durant nos entretiens avec le responsable du département marketing d'Azerty Informatique on a pu en savoir davantage sur le marketing digital plus précisément sur le métier de Community Management.

## **I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE : AZERTY**

### **A. OUISOMME NOUS. ?**

AZERTY est une SARL qui évolue dans le domaine digital et a pour mission de Trouver des stratégies de croissance pérennes et mesurables pour les sociétés technologiques B2B. Leur approche consiste à transformer votre site internet en véritable apporteur d'affaires, grâce à l'inbound marketing et à des approches de "growth hacking" innovantes. Azerty est obsédé par la data et le retour sur investissement. Car il souhaite avant tout que leur relation soit un succès mesurable.

#### **➤ Les missions D'AZERTY**

Toute entreprise à une ou plusieurs missions qu'elle essaie d'atteindre de jour en jour ; c'est le cas d'Azerty informatique. Le concernant Azerty prévoit de développer une plate-forme multilingue qui forme et informe les personnes évoluant dans la communication pour le développement comment mettre en œuvre des campagnes et des activités pour promouvoir une migration informée parmi différents publics en Afrique de L'ouest. La mission comprend la recherche le prototype la conception la construction et la maintenance d'une plateforme de praticiens pour sensibiliser la migration en Afrique de l'Ouest.

Dans cette mission l'agence digitale forte d'une expérience de plusieurs années propose de développer un ensemble d'outils numérique à partir des données collectées.

Azerty est une entreprise de services informatiques dédiés aux entreprises. Ils agissent dans les domaines de la fourniture, de l'installation, de la maintenance, de la sécurisation, et de la conception du système informatique d'autre entreprise. Ils peuvent les offrir ainsi un suivi de leur parc informatique et une maîtrise parfaite de leurs réseaux afin d'optimiser leur stratégie d'entreprise. Azerty propose à la vente tout type de matériel informatique. Leur équipe commerciale saura conseiller les entreprises afin de définir leurs besoins et leur proposer des produits fiables et performants. Les experts techniques de Azerty prennent également en charge tous les dépannages informatiques ainsi que les installations de logiciels, en vous assurant ainsi service après-vente efficace et réactif. : Ils accompagnent également les entreprises dans leur développement informatique au travers des infogérances et des contrats de maintenance. Ils réalisent et mettent en place l'ensemble des fonctionnalités techniques d'un site ou d'une application web. Azerty vous aide à définir vos objectifs de marketing et à élaborer avec vous une stratégie de communication réaliste. Leur expertise aide à guider la

stratégie de communication et permet de fournir des projections réalistes.

## **B. HISTORIQUE**

Inspiré par l'inaccessibilité du service de concepteur web à cause du cout élevé sur le marché Insa Touré crée le 15 novembre 2015 la Suarl Azerty Informatique. Pour ce faire l'agence met en place des offres plus adaptés aux entreprises selon leur besoin et moyen paiement

### ➤ **Équipe exécutive**

A AZERTY le succès est le fruit d'un travail d'équipe qui repose sur l'expertise technique et un style créatif afin de fournir une solution de service complet à leurs clients.

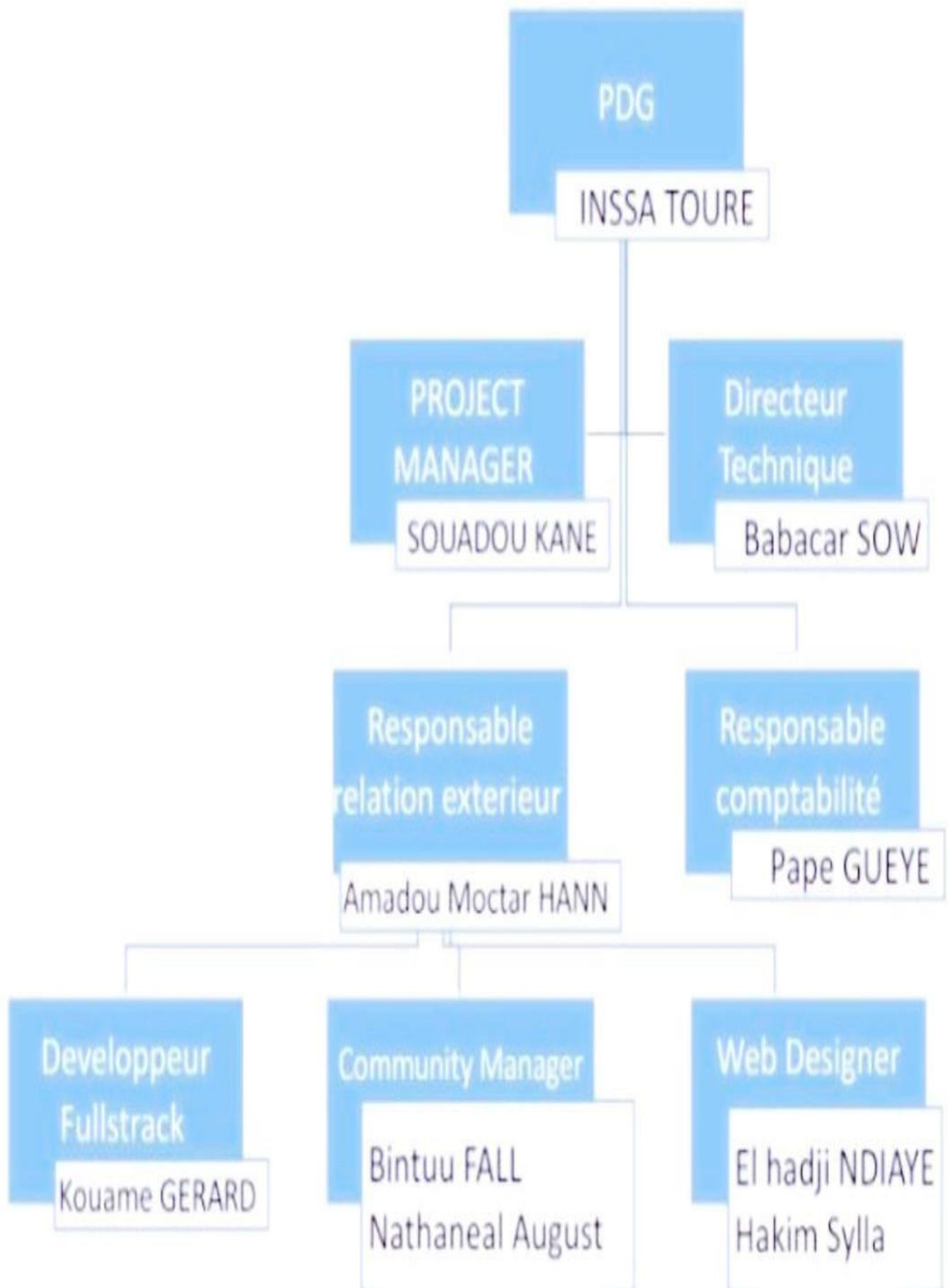
- El Hadji Abdoulaye NDIAYE : infographe
- Inssa TOURE : CEO-FONDER
- Hakim SYLLA : infographe
- Souadou KANE : CTO – Développeuse Web
- Bintou Adama fall : | Digital Marketing Manager | Assistant Trainer
- Babacar SOW : Développeur Web
- KODJO Kouame Gerard : Développeur Web

### ➤ **Organigramme**

La structure d'une entreprise peut être définie comme l'ensemble des dispositifs par les quels l'entreprise repartit, organise, coordonne et contrôle les activités. Elle est représentée par un organigramme.

L'organigramme est un schéma qui représente la structure de l'entreprise, c'est-à-dire son type d'organisation. Ce document est très utile car il permet de visualiser la répartition des tâches, les différents postes, le niveau hiérarchique et les responsabilités correspondantes. Il peut aussi être un moyen d'analyse car il peut faire apparaître des dysfonctionnements et inciter à une meilleure organisation

L'organigramme d'Azerty se présent ci-dessous :



## C. ACTIVITES

Azerty a aidé ses clients à doubler leurs prospects et leurs revenus. Ils ont également réduit de moitié le coût par conduit après avoir optimisé les comptes de recherche et les comptes sociaux. La preuve de leur performance est dans les chiffres – il suffit de demander à l'un de leurs clients disent-ils.

### CRÉATION DE SITE VITRINE ET E-COMMERCE

- **DEVELOPPEMENT WEB** : Lorsque les entreprise ou particulier ont besoin d'un site web pour présenter leur entreprise ou un espace sécurisé pour vendre leurs produits en utilisant les dernières technologies adaptées à leur besoin, Azerty les aident à développer le site qu'il leur faut avec :
  - ✓ Un cahier de charges précis est requis pour le bon déroulement du projet. Ils vous aident à en créer un si vous ne l'avez pas encore.
  - ✓ Une technologie adaptée : leurs compétences étant multiples, ils vous garantissent un développement solide et sans bug quelle que soit la plateforme du projet.

### APPLICATION ANDROID ET IOS

- **APPLICATION MOBILE** : Besoin d'une application mobile pour votre site existant, d'une application métier ou d'une application avec des fonctionnalités spécifiques ? Chez Azerty Informatique, ils utilisent les dernières technologies pour développer différents types d'application, dépendant de vos besoins.
- **MARKETING EN LIGNE** : Afin de cerner les besoins des entreprises et vous tailler un plan sur mesure, Azerty commence par profiler votre société. Leur équipe procédera ensuite de manière systématique en analysant votre stratégie de marketing globale afin d'y adapter une stratégie en ligne dans votre budget. Ils vous proposent ainsi une panoplie de service de marketing en ligne.
- **RESEAUX SOCIAUX** : Les Community Managers de Azerty sont là pour donner une identité aux page Facebook, Instagram ou votre compte Twitter de leurs clients. Une présence sur les réseaux sociaux est maintenant essentielle pour créer et maintenir un intérêt autour de vos marque, entreprise, produit ou service. Les Community Managers sont là pour donner une identité à vos page Facebook ou vos compte Twitter.

- **DESIGN** : AZERTY est passé maître dans l'art de vous représenter à travers cartes de visite, bannières ou l'interface utilisateur sur web ou mobile. Ils disposent d'une équipe de passionnés qui débordent de créativité pour vous fournir des illustrations uniques qui incarneront votre identité et vos valeurs. La définition d'une identité d'entreprise débute avec la création même d'une compagnie. Qui dit identité d'entreprise, dit automatiquement une représentation visuelle distinctive. Inspirées des dernières tendances en matière de graphique design, leurs travaux vous démarqueront de la compétition.
  
- **AUDIT SITE WEB** : Azerty analyse la structure de votre site Web, son architecture interne et d'autres éléments clés pondérés. L'audit d'un site internet est une analyse complète et détaillée qui vous fournit de précieuses informations qu'il conviendra de prendre en compte pour améliorer l'expérience utilisateur ainsi que votre stratégie marketing.
  
- **WEBMAIL** :
  - ✓ **AZERTY VOUS OFFRE UNE IMAGE PROFESSIONNELLE** : En entreprise, il est important de conserver une image professionnelle pour préserver la confiance de vos clients et votre crédibilité en ligne. En acheminant votre courrier électronique vers votre nom de domaine, vous montrez que votre entreprise est bien établie et authentique, et que les clients se sentiront probablement plus à l'aise pour traiter avec vous. Lorsque des clients potentiels ou existants vous contactent pour des questions, ou si vous leur contactez ou contactez d'autres entreprises.
  
  - ✓ **UN LIEN EVIDENT VERS VOTRE SITE** : Une adresse électronique professionnelle utilisant votre nom de domaine permet aux clients de rechercher facilement votre entreprise et votre site Web. Cela contribue également énormément à rassurer les clients sur le fait que vous êtes une entreprise légitime et bien établie et engendre la confiance. C'est également un atout marketing formidable : lorsque vous envoyez un e-mail ou que vous laissez vos coordonnées à quelqu'un, vous lui donnez également un lien facile vers votre site Web.
  
  - ✓ **UNE PROTECTION DE VOS DONNEES** : Vous ne voudriez pas que les données sensibles ou confidentiels de votre entreprise tombe aux mains de n'importe qui.

Avec le mail professionnel vos employés ne communiqueront exclusivement que par ce canal. Elles ne seront pas envoyées dans son e-mail personnel. En cas de départ, vos échanges et données restent dans l'entreprise et vous pourrez assurer la continuité.

- ✓ AZERTY COLLABORE AVEC VOTRE EQUIPE : Les adresses électroniques professionnelles optimisées par des solutions telles qu'Office365 sont généralement livrées avec d'autres fonctionnalités telles que les calendriers partagés, qui facilitent grandement la collaboration avec vos collègues. Vous pouvez envoyer et gérer des demandes de réunion, consulter les agendas de vos collègues et vérifier leur disponibilité, et même organiser des réunions virtuelles et travailler sur des documents partagés en même temps à l'aide de ce type d'outils.

#### **D. LES PARTENAIRES**

**Azerty est en étroite collaboration avec :**

- **Club du Mandé**
- **CTIC**
- **JCI**
- **Paydunya**
- **Fondation Sonatel**
- **Facebook**
- **Shine to Lead**
- **Foutiyou**
- **Estraklin**
- **Sen'Teranga**
- **ADEPME**
- **YUP**
- **Ashoka**
- **Afric'innov**
- **Internet society**
- **Chez mon ami**
- **ISOC**
- **TETENA**

- **Globale Business**
- **BaySeddo 20**
- **Club DSI Sénégal**
- **Entrepreneurs' Organization**
- **Fédération Sénégal Taekwondo**
- **Carvi Wriile**
- **Twitter**
- **Instagram**
- **Sunu Assurance**
- **Real forni**
- **Bake Off Sénégal**
- **Dakar actu**
- **Kerdjeegdji**
- **Ndar Business Compagny**
- **TQG**
- **Institut César**
- **Sud Info**

## **E/LES CONCURENTS**

**Azerty est en étroite concurrence avec :**

- **Noisy Digital**
- **By filling**
- **Walabok Digital**
- **Delta Solutions**
- **Sen Business Center**
- **Ndar Business Compagny**
- **Boye Business Services**
- **CS Globale Business**
- **Advanced Business Computer**
- **Jeunes Motivés Au Service De L'Informatique**
- **MCI**
- **Nicotic Services**
- **Vision Globale Informatique**

- **Dabakh Informatique**
- **Oumou Leader Distribution Equipement**
- **Santati Services Informatique**
- **Siga Informatique Bureautique Services**
- **Sen MultiMedia Prestiges**
- **Accès Informatique Américain**
- **Desit Sénégal**
- **InforEx Informatique Export**
- **Toponitech**
- **Services Solutions**
- **Toure Computers Service**
- **Révolutions Informatiques**

## **II. PRESENTATION DU METIER : COMINITY MANAGER**

La communauté est devenue une référence, elle est consultée, lue, appréciée. Le rôle du Community Manager grandit avec le recours à ces communautés : ce métier est devenu de nos jours inévitable en matière de communication d'entreprise. Si le terme « **Community Manager** » (qui signifie une fois francisé « **animateur de communauté web** ») est employé dans 45 % des cas, d'autres appellations : chargé de communication web, social media manager, gestionnaire de communautés Internet, animateur réseaux sociaux, manager de communautés... sont utilisées.

L'internaute utilise de nouveaux moyens de consommation dans son acte d'achat : les forums et les sites d'avis lui servent à récupérer les commentaires de la communauté sur un produit, une marque, une enseigne : ce sont ces commentaires et ces avis qui aujourd'hui, font office de gage de qualité.

### **A. Les Missions Du Cominity Manager**

Toutes les missions du community manager sont importantes. Pour atteindre son objectif, un community manager se voit déléguer de nombreuses responsabilités :

- La modération des comptes sur les réseaux sociaux et les plateformes : répondre aux questions via les blogs, réseaux sociaux et les forums.
- L'organisation des jeux et concours online et des rencontres IRL (In Real Life)
- La stratégie de community management : établir la stratégie sur le recrutement, l'animation et la fidélisation de la communauté en utilisant des outils de communications pertinents,
- Ecrire les contenus pour chaque réseau social et plateforme choisi.
- La veille concurrentielle,

Le community management ne se limite pas à ce qu'il se déroule derrière un écran. Le plus important est ailleurs : IRL (In Real Life). Rencontrer sa communauté permet de créer des liens, mais aussi permet de mieux comprendre les comportements et besoins de sa communauté en l'écouter, favorisant l'échange et le partage dans une ambiance décontractée.

Ces habitudes vont favorisées le rapprochement entre les utilisateurs et la marque qu'ils utilisent. Ainsi, ils deviennent eux-mêmes des ambassadeurs de la marque. Le community manager a pour mission de créer et d'animer des communautés dans le but de développer les relations avec ses publics – collaborateurs, utilisateurs, clients...

Dans un premier temps, le community manager élabore la stratégie de présence de son entreprise sur les médias sociaux afin de répondre aux objectifs déterminés en concertation avec les différentes directions concernées (innovation, marketing, communication.).

Les objectifs peuvent être différents : soigner son e-réputation, mettre en place une plateforme participative en interne pour favoriser l'innovation, développer la notoriété et l'image de marque de l'entreprise, ouvrir la plateforme à la communauté externe (consommateurs, usagers, grand public) afin de permettre la Co-crédation de services, produits ou contenus.

### **Liste des principales taches du Cominity Manager**

#### **1. Développer la notoriété de la marque (de l'entreprise, de l'institution, de l'association) sur le web**

Pour atteindre cet objectif, le community manager est amené à passer par un certain nombre de veille permanente des communautés en lien avec la marque, l'entreprise, l'institution, : recenser les communautés sur le Web pouvant influencer sur le positionnement de la marque (bloggeurs, forums de discussion...).

- Participer à la création des valeurs de la communauté : culture, codes sociaux et langagiers...
- Définir les objectifs de la communauté en accord avec le comité de validation : test de produit, information du client (ou de l'utilisateur), promotion de la marque...
- Définir les indicateurs permettant de suivre la vie de la communauté (nombre de post, qualité des réponses...).
- Planifier et suivre les actions de recrutement de membres en ligne (partenariats, parrainage, campagne d'e-mailing...) en lien avec le marketing.

## **2. Animer la communauté et renforcer sa cohésion**

L'animation de la communauté par le community manager consiste à :

- Faire des membres déjà existants un relai d'information au sein de la communauté.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences, de pratiques entre les internautes / consommateurs.
- Veiller à la qualité des réponses, y compris des critiques apportées à la marque ou au produit afin d'être en mesure de les exploiter et de relancer la discussion.
- Faire respecter les règles éthiques de la communauté (net-étiquette) via une action de modération sur le contenu produit par l'internaute : exclusion des propos, photos, ou vidéos à caractères raciste, pornographique, insultant...
- Gérer l'historique et l'archivage des données contenues sur le site (sujets abordés, informations et documents transmis par l'entreprise ou les internautes...).
- Rechercher de nouveaux médias sociaux (Dailymotion, Facebook...) permettant d'étendre l'influence de la communauté.
- Assurer la fidélisation des internautes via des événements on-line (newsletter, jeux concours...).
- Mettre en œuvre des opérations événementielles pour réunir physiquement la communauté et ses leaders (bloggers influents, membres « VIP »).

## **3. Accompagner le développement technique et fonctionnel de la plateforme pour se faire, il doit :**

- Veiller aux conditions d'utilisation du site notamment au regard des contenus interdits.
- Signaler les bugs des fonctionnalités du site et veiller à la disponibilité de la plateforme.
- Coordonner avec les équipes techniques les améliorations à apporter à la plateforme du site Internet.
- Analyser le buzz marketing\* et suivre l'image de la marque sur les différents supports on-line (analyse d'images, de contenu...).
- Effectuer un reporting des actions de communication engagées sur ce mode de relation au consommateur.

\*Le buzz (anglicisme de « bourdonnement » d'insecte) est une technique marketing consistant, comme le terme l'indique, à faire du bruit autour d'un événement, un nouveau produit ou d'une offre.

\*\* Le responsable du trafic est en charge de la gestion et de l'organisation des espaces et des campagnes publicitaires sur Internet.

#### **4. Etablir le reporting et analyser**

Une part importante de la mission du community manager consiste en l'évaluation de la communauté :

- Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction et d'insatisfaction des individus et de l'ensemble la communauté.
- Suivre les statistiques de fréquentation.
- Proposer des axes d'amélioration.

#### **5. Rester en veille**

La veille reste une part très importante du travail du community manager qui se doit pour être efficace de :

- Surveiller les nouveaux usages (techniques, sociaux, marketing) sur les sites et les plateformes déjà utilisées.
- Faire de la veille concurrentielle sur la gestion de communauté des organisations concurrentes.

- Suivre les mises à jour des règles d'utilisation des réseaux sociaux et s'assurer que l'organisation est bien en conformité avec celles-ci (valable notamment pour Facebook qui modifie très régulièrement les conditions d'utilisation des pages fans).

## **B. Les compétences/qualités nécessaires pour devenir Community Manager**

Être CM c'est être passionné avant tout. C'est savoir être réactif, créatif, toujours à l'écoute, rigoureux, organisé, curieux, ouvert d'esprit, analyste, disponible, diplomate (en cas de clients mécontents ou de gestion de crise), polyvalent, faire preuve d'un bon relationnel, d'empathie, de pédagogie et avoir un excellent rédactionnel. Parler une seconde langue est un vrai plus, il ne faut pas le nier. Pour être un bon community manager, un long chemin est à parcourir. Être soi-même consommateur aide beaucoup à comprendre les besoins de sa communauté

Le community manager doit posséder les compétences techniques suivantes :

- **Connaître précisément le sujet qui anime la communauté** : l'environnement socioculturel des membres (langage, codes « sociaux », jargon...), les acteurs clefs (personnalités influentes, bloggeurs reconnus...), les plateformes de discussion...
- **Maîtriser les nouveaux médias de communication** : médias communautaires (Dailymotion, YouTube...), réseaux sociaux professionnels ou non (Viadeo, Facebook, Twitter...), blogs, forums...
- **Maîtriser les outils de veille et de mesure de l'e-réputation** : (méta moteurs sociaux, moteurs de blogs, moteurs d'actualités, suivi et recherche de commentaires, moteurs de forums et microblogging, agrégateurs,).
- **Maîtriser l'anglais** est fréquemment demandé.

Les qualités indispensables à la bonne pratique de ce métier sont : Curiosité et goût pour l'investigation car le community manager a un double rôle : trouver des sujets innovants pour dynamiser la communauté et faire participer les membres.

- **Diplomatie et écoute** car il joue un rôle à la fois d'animateur et de modérateur au sein de la communauté.
- **Goût du contact** car le community manager est en permanence sollicité par les internautes pour expliquer la pertinence du community management, la marque (ou le produit) ou répondre aux questions des internautes.

- **Capacité d'adaptation et bonne expression orale** car le community manager est en contact avec des interlocuteurs variés au sein de l'entreprise : direction technique pour participer aux évolutions techniques de la plateforme, direction marketing pour analyser le buzz de la marque sur le Web...
- **Capacité rédactionnelle et sens de communication** car la partie rédactionnelle occupe une place importante dans son activité quotidienne.
- **Force de proposition** pour faire évoluer le contenu, les objectifs (mesure d'audience...) et la plateforme technique en elle-même (ergonomie, fonctionnalités...).
- **Capacité d'analyse et de synthèse** car le community manager doit pouvoir effectuer des reporting auprès de ses différents interlocuteurs au sein de l'entreprise.

### **C. Les formations à suivre pour devenir Community Manager**

Si des formations spécifiques en community management existent depuis quelques années, ce sont surtout les **profils issus d'études supérieures en marketing, communication ou issus d'écoles de journalisme** qui sont recherchés. Ainsi que les **candidats ayant déjà une expérience en agence de communication digitale ou chez l'annonceur**. Si le **métier de community manager** est accessible avec un niveau bac +2, les recruteurs demandent de plus en plus des niveaux bac +3 et bac + 5 avec une spécialisation dans la communication digitale.

#### **Niveau bac + 2 :**

- **BTS Communication,**
- **BTS MOC - management commercial opérationnel**
- **BTS TC - technico-commercial,**
- **DUT MMI - métiers du multimédia et de l'internet**

#### **Niveau bac + 3**

- Licence pro E-commerce et marketing numérique. Différents parcours.
- Licence pro métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation.  
Différents parcours : Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Animation de Réseaux et de Communautés (TIC ARC) à la IUT Nantes, animation des communautés et réseaux sociaux numériques

- Licence pro métiers de la communication : chargé de communication.  
Différents parcours : chargé de communication offline et on-line

#### **D. Les débouchés du métier et ses évolutions professionnelles.**

Considéré comme un nouveau métier, il existe plusieurs possibilités pour accéder au poste de community manager. Une expérience dans un domaine spécifique (culture, économie, secteur industriel...) est un avantage à faire valoir. Des connaissances en marketing viral, en informatique et en communication sont fortement appréciées des employeurs. Il est envisageable d'évoluer dans plusieurs domaines, notamment la publicité ou encore l'e-commerce. À terme, le community manager peut prétendre à des fonctions de chef de projet en communication numérique ou tout autre poste à responsabilités dans les médias sociaux.

Le poste étant encore très ouvert, les origines du community manager peuvent être diverses : il peut s'agir d'anciens chefs de projet web, de chargés de communication, de chefs de produit... A condition bien sûr qu'ils aient une affinité avec le monde du digital ! Les évolutions possibles sont plutôt transversales : le community manager peut devenir responsable communication, social média architecte, ou encore chargé de développement 2.0.

#### **E. Les risques du cominity manager**

- 1) Se tromper de compte

**En tant que Community Manager, vous avez certainement un compte personnel sur les différents réseaux sociaux. Attention, car si vous gérez tous les comptes depuis la même application ou le même outil, l'erreur n'est pas loin.**

- 2) Profiter d'un événement de manière maladroite

**Vouloir profiter du marketing en temps réel pour susciter le buzz, augmenter les interactions sur vos pages et surtout en profiter pour vendre plus, c'est tout à votre honneur. Cependant, attention aux événements choisis ! Tous ne peuvent pas faire l'objet d'une reprise promotionnelle sans déclencher le courroux des internautes.**

- 3) Se laisser emporter par ses émotions

Tous les Community Managers sont des êtres humains qui éprouvent des émotions et parfois, ils passent une mauvaise journée... C'est triste, mais ce ne sont pas vos fans ni vos clients, qui doivent subir vos sautes d'humeur.

#### 4) Répondre maladroitement

Ce risque rejoint un peu le précédent. Il est vrai que certaines journées sont plus rudes que d'autres et que vous serez sûrement un peu fatigué le vendredi après-midi. Néanmoins, prenez toujours le temps de bien réfléchir aux réponses apportées aux internautes et à la tournure de vos phrases.

#### 5) Le piratage de compte

Ici, le Community Manager n'est pas forcément en cause, mais c'est un risque réel qu'il encourt. Qu'il soit fautif ou pas, c'est lui qui va devoir ramasser les pots cassés. Autrement dit, prenez toutes les précautions pour éviter le piratage : ayez des antivirus sur tous les supports informatiques utilisés, fermez bien votre session dès que vous sortez d'une pièce et évitez d'installer des logiciels douteux sur votre ordinateur professionnel.

#### 6) La réponse automatisée inappropriée

Nous ne mettrons jamais assez en garde les Community Managers contre les processus automatisés. S'il est nécessaire de gagner du temps en planifiant certains statuts, n'automatisez jamais les réponses !

Celles-ci doivent toujours être personnalisées en fonction de l'interlocuteur. Vous avez le droit de sauvegarder un message type pour ne pas tout retaper à chaque fois, mais ne laissez pas un robot faire votre travail. Sinon, vous prenez le risque de passer totalement à côté d'un tweet et de vous faire remarquer négativement sur les réseaux sociaux

#### 7) Faire des fautes d'orthographe

L'un des risques rencontrés par le Community Manager se situe dans la rédaction d'un post. Une faute d'orthographe est si vite arrivée ! Cependant, la règle numéro 1 est de toujours se relire avant de cliquer sur « Publier » ou « Poster ».

#### 8) Faire involontairement de la publicité pour la concurrence

En tant que Community Manager, vous n'êtes pas obligé de consommer les produits de la marque pour laquelle vous communiquez. Néanmoins, si vous ne consommez ou n'utilisez pas les produits/services de votre entreprise, évitez de montrer votre préférence pour la concurrence.

#### 9) Partager un article avec de fausses informations

L'une des missions du Community Manager est d'effectuer une curation. C'est-à-dire qu'il doit veiller sur l'actualité concernant le secteur de son entreprise et trouver des articles pertinents à partager sur les réseaux sociaux. Sauf qu'avant de partager un lien, il est vivement recommandé de s'informer sur la source et d'être certain de la fiabilité de l'information.

### **III. BILAN ET PERSPECTIVES**

Le métier de community management est un métier où le digital manager doit s'attendre à répondre à beaucoup de questions il doit être apte et disponible à fournir toutes les informations dont les clients et potentiels clients de l'entreprise auront besoin. Il doit créer une proximité avec la clientèle être disponible 24h/24 sur toutes les différentes plateformes digitales où son entreprise est présente. En effet sa participation dans l'évolution de la marque de l'entreprise est primordiale, il assure la gestion de la réputation de l'entreprise sur la toile. Il joue le rôle de modérateur en veillant à ce que les propos émis par les contributeurs au sein de la communauté ne puissent pas nuire à l'image de l'entreprise. Son rôle ne consiste pas uniquement à représenter et à faire connaître l'entreprise auprès des internautes. Il doit s'assurer que l'entreprise possède une image irréprochable. Techniquement, il procède à l'optimisation du référencement du site Internet de l'entreprise sur les moteurs de recherche. Notre entretien avec Madame Bintu Adama Fall Community manager à Azerty informatique nous a fait comprendre le besoin du monde de l'entreprise à investir dans ce domaine qui constitue aujourd'hui un métier de l'avenir qui devient de plus en plus incontournable dans un univers totalement digitalisé. Cependant dans les pays comme le Sénégal où l'accès à internet n'est pas totalement à son apogée il est parfois difficile de faire comprendre ce métier aux différents acteurs présents sur le marché ce qui devient de plus en plus un challenge dans un monde d'innovation. C'est aussi dans cette perspective qu'il faudra investir dans ce domaine pour permettre aux formateurs, étudiants évoluant dans le domaine du marketing de comprendre l'utilité de cette formation dans ce monde de créativité puisque le community

manager avec une corde créative tendue à son arc, sera ainsi un véritable atout pour une entreprise. C'est donc dès à présent que les futurs community managers devront réfléchir à leur avenir et aux compétences à déployer, en plus de ce qui sera appris lors d'une formation en community management. Il ne faut pas oublier que les nouvelles technologies se développent et qu'elles montent réellement en puissance.

Les objets connectés, la réalité virtuelle et la réalité augmentée qui sont autant de leviers qui pourraient faire naître une nouvelle forme de community management, ou au moins de nouvelles compétences chez les community managers. Aujourd'hui on parle également de smartphone et de tablette au premier plan, quels seront les nouveaux outils technologiques de demain, comme les réalités seront augmentées, rattachés à ces devises ? Il y en aura c'est certain et il sera alors nécessaire de pouvoir se former rapidement sur ces nouvelles technologies afin de pouvoir les utiliser en tant qu'outil de communication.

## **CONCLUSION**

En définitive dans un monde presque complètement digitalisé il est primordial que la communauté s'intéresse davantage à ce métier et le Community management devra donc savoir s'adapter dans cette nouvelle dimension technologique et trouver ses propres armes pour se faire sa petite place. Finalement on ne cherchera peut-être plus des fans, mais de véritables clients à l'avenir et de manière directe. Cette pandémie de COVID19 qui a secoué le monde en mettant à genou le quotidien de la population mondiale leur privant de toutes activités en leur laissant uniquement les moyens digitaux comme formes de communications et d'échanges illustre de la plus parfaite des manières le rôle capital et incontournable que ce métier de gestion de la communauté digital représente aujourd'hui mais aussi pour le futur.