

# Offre d'emploi

## **Netinfluence**

Nicolas Fermont

Rue Marterey 1-3

1005 Lausanne

T 021.311.65.78

F 021.311.65.78

[nicolas@netinfluence.com](mailto:nicolas@netinfluence.com)

Fait à Lausanne, le vendredi 3 septembre 2010

## **netinfluence recrute un(e) community manager!**

Afin de répondre au besoin croissant des clients avec lesquels nous développons des stratégies conversationnelles sur les réseaux sociaux, netinfluence est aujourd'hui à la recherche d'un(e) community manager.

Les missions que nous avons à proposer concernent des univers aussi variés que le luxe, la décoration, l'horlogerie, les cosmétiques, le tourisme, la montagne...

Si vous êtes attiré(e) par ces nouveaux challenges qui bouleversent la manière dont les marques communiquent aujourd'hui avec les consommateurs, et que vous vous sentez prêt(e) à évoluer dans un environnement dynamique, international et en perpétuel évolution, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante: [nicolas@netinfluence.com](mailto:nicolas@netinfluence.com).

**Votre rôle consistera principalement à développer l'influence online des marques et leur réputation.**

**Basé à Lausanne, dans les locaux de netinfluence, vous serez également amené à passer une partie définie de votre temps chez le client.**

## **Votre profil**

Vous devez avoir un très bon sens du contact, une sensibilité marketing marquée, d'excellentes capacités rédactionnelles et une parfaite maîtrise de plusieurs langues (français, allemand et/ou anglais, toute autre langue est un plus). Evidemment vous devez être 200% à l'aise avec le web 2.0 et les médias sociaux.

## **Vos responsabilités**

- Mettre en place une stratégie de veille et de monitoring de la e-réputation (client, produits, concurrence); produire des rapports hebdomadaires pour mettre en évidence des tendances fortes (négatives ou positives); escalader les situations critiques
- Animer les profils sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, LinkedIn, etc...) du client en appliquant la stratégie éditoriale et de contenu définie
- Servir de point de contact initial pour les requêtes entrantes via les médias sociaux
- Gérer et développer les relations avec les influenceurs (bloggeurs, utilisateurs de twitter, personnalités...) actifs dans le domaine et les territoires cibles du client
- Identifier et engager les «brand ambassadors»
- Aider les personnes, qui s'intéressent à l'entreprise, la marque, les produits ou l'activité du client que vous représentez, de manière créative et proactive
- Produire mensuellement des rapports d'activité pour mettre en évidence l'évolution de l'influence online du client par rapport aux indicateurs qui auront été définis
- Etre force de proposition pour toute action marketing permettant de développer la relation entre le client et ses «fans»
- Se tenir informé des tendances dans les médias sociaux (outils, applications, marketing, buzz...), identifier les best pratiques et les partager régulièrement avec le client