C’est ça le job :

Gestion de communautés

Sers-toi de cette liste pour démarrer ton parcours dans la publicité. Parle à ton conseiller en orientation, à tes profs et à tes parents pour déterminer quels sont les cours, les programmes et les prochaines étapes qui pourraient te convenir.

Qu’est-ce que c’est?

Nous représentons les marques en ligne et modérons leur présence sur les médias sociaux. Nous gérons les canaux numériques pour créer des communautés de fans, traiter les questions des consommateurs et augmenter leur engagement.

Ce que je fais la plupart du temps

Je communique...

J’entre en contact avec les consommateurs et réponds à leurs demandes de renseignements à travers les pages sociales des marques.

Je collecte...

Je recueille du contenu pour les publications sociales afin de préparer les calendriers de contenu mensuels.

Je fais le suivi...

J’analyse les performances du contenu social pour aider à déterminer le meilleur type de contenu pour le public cible.

Dans leurs mots :

« J’ai choisi ce rôle parce que j’aime communiquer avec les utilisateurs en ligne. La publicité est un secteur passionnant, qui ne cesse de croître et d’évoluer. En plus, j’apprécie vraiment les membres de mon équipe; nous nous inspirons les uns les autres et nous nous amusons en faisant notre travail. » - Emma L.

« Chaque journée est différente! Le quotidien peut être plein de défis, ou un mélange de résolution de problèmes et de service à la clientèle – mais il s’agit toujours de savoir écouter et communiquer. » - Joyce L.

Explore certaines des competences dont tu auras besoin pour t’y preparer.

- Intérêt pour les interactions sociales et la relation d’aide
- Excellentes compétences interpersonnelles et de communication
- Capacité à maintenir une tonalité de marque cohérente sur différents médias sociaux et plateformes en ligne
- Connaissance des différentes plateformes de médias sociaux et de leurs utilisateurs
- Capacité à suivre l’engagement envers une marque, les statistiques des médias sociaux, le nombre de fans et la notoriété d’une marque