



MC GROUP SARL

MC INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

CONSULTING-FORMATION-MEDIA- E-COMMERCE

TEL : 658 52 44 69 ADRESSE :DOUALA-MAKEPE

TERMES DE RÉFÉRENCE STAGE

Douala, 14 février 2022

Insertion professionnelle dans le métier de Community Manager

Par

MC Group

Février 2022

Entre les soussignés Mr / Mme Sadiatou SITOU << entrepreneur e-commerce >> d'une part

Et

Mr / Mme _____ << stagiaire >> d'une autre part

I. Stage d'Insertion professionnelle dans le métier de Community Manager 1)

Encadrement L'encadrement est assuré par les formateurs de MC Group et l'entrepreneur.

2) **Résumé du stage** Notre stage porte sur la mise en situation et l'insertion professionnelle du Community Manager. Ce stage devra permettre à l'étudiant de mettre en pratique tous les acquis reçus durant sa formation, dans le cadre d'un projet entrepreneurial. **II. Termes de référence**

1) Modalités de mise en œuvre

▪ **Durée et date de démarrage**

Le stage débutera le 07 mars 2022 pour une durée de 30 jours. L'étudiant devra effectuer un maximum de 8h de travail par jour, du lundi à vendredi.

L'employeur devra s'accorder avec l'étudiant sur les horaires de travail. Ces horaires devront tenir compte des possibles décalages horaires.

▪ **Logistique**

L'étudiant devra avoir en sa possession un ordinateur portable et un téléphone Android. L'ordinateur de l'étudiant devra être équipé des différents logiciels nécessaires pour son travail.

Cependant, les frais de connexions internet et de déplacement au besoin devront être aux frais de l'employeur.

▪ **Personnel proposé**

Le personnel désigné pour la réalisation de la mission se compose de l'étudiant et du personnel de l'employeur.

MC GROUP SARL – N°RCCM : RC/DLA/2020/3972 - Téléphone : +1 (514) 919-3233 NUI :

MO82014917142F

Campus Marthe Carine – Douala - Makepe

E-Mail: infosmarthecarine@gmail.com – Facebook: Marthe Carine Site

web: <https://business.mc-investmentgroup.com/>

2) Résumé des missions du Community Manager

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...

Les objectifs peuvent être variables : développer la notoriété, l'image de marque de l'entreprise et si possible soigner sa e-réputation.

Concrètement, il lui faudra dialoguer avec les internautes sur les différentes plateformes ou médias sociaux de son entreprise mais aussi sur les sites extérieurs : blogs, forums, réseaux sociaux.

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 d'activités :

- Effectuer une 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 (blogueurs, forums de discussion...).
- 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...).

a. 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 (Tiktok, Snapchat...) permettant d'étendre l'influence de la communauté.
- Assurer la fidélisation des internautes via des événements on-line (newsletter, jeux concours...).

MC GROUP SARL – N°RCCM : RC/DLA/2020/3972 - Téléphone : +1 (514) 919-3233 NUI :

MO82014917142F

Campus Marthe Carine – Douala - Makepe

E-Mail: infosmarthecarine@gmail.com – Facebook: Marthe Carine Site

web: <https://business.mc-investmentgroup.com/>

b. Accompagner le développement technique et fonctionnel de la plateforme

Dans certains cas, le Community manager est amené à gérer une plateforme spécifique par laquelle passent les échanges d'une même communauté. Pour ce 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...).
 - Suivre l'audience des différents supports de la communauté en lien avec le trafic manager**.
 - 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.

c. 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.

d. 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.

MC GROUP SARL – N°RCCM : RC/DLA/2020/3972 - Téléphone : +1 (514) 919-3233 NUI :

MO82014917142F

Campus Marthe Carine – Douala - Makepe

E-Mail: infosmarthecarine@gmail.com – Facebook: Marthe Carine Site

web: <https://business.mc-investmentgroup.com/>

- 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).
- Identifier les sites et plateformes émergents.

3) Mise en œuvre de la mission

- **Sites d'étude et période des activités de terrain**

L'étudiant effectuera son stage au lieu de son choix.

Si des déplacements sont prévus, cela sera à la charge de l'employeur.

- **Résultats attendus à l'issue du stage**

- 1) Mise sur pied des différentes plateformes (page Facebook, site web, groupe WhatsApp, Instagram, compte publicitaire Facebook, et un Business Manager) ;
- 2) Animation des différentes plateformes ;
- 3) Augmentation de la visibilité de l'entreprise ;

4) Coût et financement

L'employeur devra verser une rémunération de 60 euro mensuel à l'étudiant réparti comme suit : 30 à euro avant le début du stage et 30 euro à la fin du stage. Ceci lui permettra de payer sa connexion internet, ainsi que ses frais de fonctionnement. Cette rémunération n'est valable que pour la durée de stage. Au-delà d'un mois de stage, les conditions et les statuts de l'étudiant devront être revu. Le paiement se fera en accord entre le stagiaire et l'employeur.

Entrepreneur

Stagiaire



MC GROUP SARL
MC INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

MC GROUP SARL – N°RCCM : RC/DLA/2020/3972 - Téléphone : +1 (514) 919-3233 NUI :

MO82014917142F

Campus Marthe Carine – Douala - Makepe

E-Mail: infosmarthecarine@gmail.com – Facebook: Marthe Carine Site

web: <https://business.mc-investmentgroup.com/>