



Zoom sur le métier de

consultante social media

Niveau d'étude

A partir de bac +5, niveau Master
Études : Communication
Parcours : EJCAM - COMED

Salaire

Entre 20 000€ et 25 000€ par an pour
une consultante social media junior

Portrait de la consultante social media

La consultante social media travaille la plupart du temps dans une agence de communication. Son rôle est d'accompagner et de conseiller les clients de l'agence dans leur stratégie social media. L'objectif est de donner plus de visibilité à ses clients auprès du public ciblé. Pour cela, la consultante social media définit les contenus et choisit les principaux réseaux sociaux sur lesquels il faut publier. Elle est la garante de la réputation de ses clients sur le web.



L'Interview de **Flavie Favreau** **Angie+1**

Après l'obtention de son diplôme, cette jeune communicante a rejoint depuis un an Angie+1, une agence de communication parisienne. Celle-ci compte aujourd'hui une vingtaine d'employés qui collaborent étroitement avec les clients en s'attachant à comprendre leur culture, leurs besoins actuels et leurs ambitions futures. Angie+1 compte notamment dans ses clients Accor, l'Oréal ou encore Renault.

Quel parcours avez-vous suivi ?

Venant avant tout du milieu culturel, j'ai une licence et un master 1 en études cinématographiques. Je suis diplômée de Paris 8 - Vincennes Saint Denis en communication audiovisuelle (master 2 professionnel) et de Sciences Po Grenoble en master Transmédia.

Pouvez-vous vous décrire vos missions en tant que consultante social media chez Angie+1 ?

En tant que consultante social media, j'effectue un métier principalement opérationnel. Celui-ci consiste à produire du contenu pour les entreprises afin qu'elles rayonnent sur les réseaux sociaux et qu'elles puissent communiquer de la meilleure des façons. Le but est d'accompagner nos clients dans la stratégie de communication digitale corporate. Pour cela, j'effectue des missions très variées : propositions d'editing sur les réseaux sociaux en fonction des actualités des clients, rédaction des briefs et supervision des projets avec les freelances. Je rédige également des audits d'« employee advocacy » dans le cadre de notre programme d'accompagnement des ambassadeurs. La veille et la modération sur le web font aussi partie des missions principales de mon métier.

Quels sont les atouts de ce métier ? Et quelles peuvent en être les contraintes ?

Le fait de travailler en agence permet d'être polyvalent et de pouvoir traiter tous les sujets dans n'importe quel domaine. Il s'agit d'un atout indispensable pour se démarquer sur le marché du travail qui est fortement reconnu sur un CV. C'est comme s'il s'agissait d'une deuxième école où le fait d'avoir travaillé en agence montre que nous sommes très compétents et que nous travaillons vite et bien. Il faut généralement être diplômé d'une école ou de Sciences Po. Ce critère permet de démontrer le niveau intellectuel attendu. Cependant, le fait de travailler en agence présente certaines contraintes : horaires très intenses, disponibilité et réactivité sont exigées auprès des clients, parfois très demandants. Il existe également une compétition interne pour les promotions, ce qui peut être fatigant à la longue.

Quelles sont les qualités requises pour ce métier ?

Le travail en agence demande énormément d'énergie, d'organisation et de persévérance car nous avons plusieurs clients en même temps. Le rythme est donc intense. Il faut être foncièrement curieux pour comprendre et ainsi communiquer sur les projets des entreprises, qui appartiennent à différents facteurs tels que la finance, la politique ou encore le lobbying. En plus d'être ouvert, il faut savoir apprendre rapidement, anticiper et être proactif pour monter en compétence et prétendre à une promotion. Persévérance et curiosité sont les principales qualités requises pour ce métier.

Quels conseils donneriez-vous pour réussir dans ce métier ?

Etre consultante social media exige de ne pas compter ses heures. « C'est le jeu » pendant les premières années. Il faut être malin et savoir flairer les potentielles missions à développer avec le client. Généralement, le passage en agence se fait en début de carrière pour acquérir le plus de compétences possibles en peu de temps, afin de postuler ensuite chez l'annonceur sur un poste plus qualifié.