

Le/la chargé(e) de mission réseaux sociaux est rattaché(e) à un(e) équipier(e) national(e) réseaux sociaux. Il/elle participe aux productions de l'équipe nationale communication. Le mandat est d'1 an renouvelable.

ADHESION A L'EQUIPE NATIONALE COMMUNICATION

Le pôle réseaux sociaux fait partie de l'équipe nationale communication. À ce titre, chacun des membres du pôle est invité(e) à prendre une part active dans la vie de l'équipe :

- Participer entièrement aux week-ends organisés par l'équipe nationale communication, et être force de proposition dans leur organisation,
- Participer aux week-ends de l'Equipe Nationale,
- Se former à la mission de CDM de l'Equipe Nationale (FIEN, CHAM...)

L'équipe nationale communication travaille grâce à la feuille de route de l'Equipe Nationale, dont il tire les axes de communication d'année et les actions de communication à mettre en place. Tous les membres du service sont invité(e)s à s'approprier ces enjeux et à poser toutes les questions nécessaire au bon remplissage de leur mission.

ADHESION AU POLE RESEAUX SOCIAUX

Le pôle réseaux sociaux est responsable de l'animation des comptes Facebook, Twitter, Instagram, YouTube des Scouts et Guides de France. Il définit la ligne éditoriale sur ces comptes et veille à son respect.

Il est aussi en position de soutien des autres équipes nationales dans l'animation de leurs réseaux sociaux respectifs ou besoin de campagnes sur les réseaux sociaux nationaux.

À ce titre, ses membres ont les missions suivantes :

- Aider les équipes nationales et territoriales désireuses de communiquer sur les réseaux sociaux, soit par un accompagnement proactif, soit par la mise à disposition de kit,



- Produire des contenus en lien avec les enjeux de communication internes et externes du mouvement. Cela peut inclure des contenus issus des événements SGDF de divers échelons.

Les tâches principales pour l'année 2020-2021 du pôle réseaux sociaux sont les suivantes :

- Production de vidéos courtes et formats originaux sur les réseaux sociaux, dans le cadre des projets et événements d'année
- Contribuer à l'optimisation de la stratégie digitale
- Imaginer de nouvelles manières d'utiliser les réseaux sociaux auprès de nos cibles
- Recherche d'influenceurs ou YouTubeurs à solliciter
- Veille sur les évolutions techniques des réseaux sociaux, les bonnes pratiques associées et des tendances web associatives
- Les différentes tâches et leurs plannings sont précisés dans un espace Airtable dédié

L'outil de communication privilégié du pôle est l'espace de travail Slack mis en place pour l'équipe communication.

Il est important que tous les membres du pôle réseaux sociaux se tiennent informés en se rendant sur ces deux outils régulièrement.

LA MISSION COMMUNE DE COUVERTURE

Il est attendu de chaque chargé(e) de mission un investissement dans la couverture de certains événements : déplacement, prises de vues pour les réseaux sociaux. Généralement, ces couvertures sont réalisées en « brigades », c'est à dire en collaboration avec les autres pôles.

Les modalités de sélection de ces événements sont convenues en équipe.

Le/la chargé(e) de mission se propose d'être proactif(ve) dans la proposition d'événement qui peuvent alimenter les axes de communication et dans la participation aux brigades.



LA MISSION D'ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX

Le/la chargé(e) de mission réseaux sociaux est chargé d'animer les comptes Twitter, Facebook, Instagram avec des contenus originaux à usage interne et externe, en lien ou non avec les projets et événements d'année.

Le CDM doit proposer et créer des contenus « généraux » pour animer les comptes au cours de l'année et créer des contenus « ponctuels » en fonction des projets et événements d'année.

Le/la CDM a également pour rôle de participer à la modération des pages (réponses aux MP/DM, commentaires, remontées en cas de demandes...). Cette modération est prévue en roulement entre les différents membres de l'équipes pour qu'une présence quotidienne soit assurée.

TEMPS A CONSACRER A LA MISSION

Le/la chargé(e) de mission s'engage à participer aux événements suivants :

- 4 week-ends de l'équipe nationale communication
- Participation à 3 brigades multi-médias dans l'année, dont l'AG ce qui implique la préparation en amont et la rédaction de feuilles d'angle
- Participation aux événements nationaux (Lumière de Bethléem, Assemblée Générale...)
- Les réunions mensuelles en équipe projet (dont les modalités sont à définir en équipe projet).
- La modération en roulement pour assurer une présence quotidienne sur les réseaux

En cas de difficultés de participation pour l'un de ces événements, le/la chargé(e) de mission prévient le plus tôt possible l'équipier(e) national(e) du pôle.

Dossier de candidature par mail (courrier de motivation plus éventuelles réalisations) à envoyer à communication@sgdf.fr

N'hésitez pas à nous contacter pour échanger si vous êtes intéressé(e) par la mission.