

## Qu'est-ce qu'un gestionnaire de communauté ?

Une fois qu'un projet a été inauguré sur les plateformes numériques et que l'auditoire commence à s'engager, un gestionnaire de communauté a la responsabilité de s'assurer que les interactions de cet auditoire sont opportunes, utiles et constructives.

Considérez le gestionnaire de communauté comme étant un pont entre le projet et l'auditoire - il est l'ambassadeur qui se connecte avec les abonnés fidèles et les superadeptes.

**Lorsqu'il s'agit des projets relatifs à la santé et au mieux-être, la gestion d'une communauté n'est pas seulement une bonne chose à avoir. C'est un élément essentiel de la stratégie de développement d'auditoire.**

## Quelles sont les tâches quotidiennes

- Publier du contenu à valeur ajoutée sur les canaux ;  
(décidez tôt si le gestionnaire sera également responsable de la création d'initiatives !)
- Répondre aux questions ou requêtes qui surviennent ;
- Réacheminer les réponses ou commentaires sensibles à la partie prenante concernée ;
- Cacher, bloquer ou gérer les commentaires négatifs et les abus ;
- Construire des relations avec les abonnés individuels du projet ;
- Rechercher les tendances et sujets actuels de discussion ;
- Générer la confiance de l'auditoire pour le projet en ligne ;
- Développer et maintenir les communautés en ligne.

## Tirer le meilleur parti de ce rôle

**Assigner :** Une personne doit être le point de contact pour tous les canaux sociaux.

**Planifier :** Assurez-vous qu'un plan d'escalade clair et bien défini est en place au cas où des commentaires ou des réponses sensibles surgissent. Un gestionnaire de communauté doit avoir un protocole clair pour traiter les commentaires sensibles ou conflictuels, et avoir un chemin d'escalade immédiat vers les parties prenantes appropriées.

**Rester en contact :** Contactez des experts du domaine de la santé concerné et discutez des meilleures pratiques pour répondre à tout commentaire sensible qui pourrait survenir.

**Apprendre :** Trouvez des projets similaires et examinez l'approche de leurs médias sociaux.

**Soutenir :** Votre gestionnaire de communauté ne doit pas être considéré comme un thérapeute, un conseiller ou un expert en santé. Les commentaires préoccupants doivent être référés à un service de santé mentale ou de soutien en cas de crise. Votre présence sur les réseaux sociaux doit soutenir l'auditoire et non induire en erreur ou semer la confusion.

**Informé :** Si vous faites des déclarations ou utilisez des statistiques, assurez-vous qu'elles proviennent de sources à jour et fiables.

## Aborder le contenu sensible

Le contenu relatif à la santé et au mieux-être est souvent de nature sensible. Votre projet pourrait porter sur la cyberintimidation ou la santé maternelle, la nutrition ou la violence domestique. Un tel contenu peut être déclencheur de questions pour un auditoire se tournant vers les canaux de médias sociaux d'un projet pour obtenir de l'aide. Il est essentiel d'avoir préparé en amont un plan de réponses éprouvées.

**Se rappeler :** Chaque canal a une manière différente de contrôler la façon dont les utilisateurs peuvent limiter leur exposition au contenu sensible. Par exemple, Twitter permet aux utilisateurs de masquer le contenu sensible de leur fil d'actualité.

Assurez-vous que votre responsable de communauté comprend les opportunités et les limites de chacun des canaux utilisés.