



FICHE DE POSTE

Chargé.e de contenus et réseaux sociaux

Sous la responsabilité hiérarchique de la Directrice de l'engagement et de la Responsable Communication et collecte de fonds, le.la Chargé.e de contenus et réseaux sociaux pilote et met en œuvre la stratégie éditoriale et la production de contenus sur les réseaux sociaux de la Fondation des Femmes.

Poste opérationnel, centré sur la création de contenus, la vidéo, le terrain et l'animation quotidienne des réseaux sociaux, avec une forte exigence de qualité, de rigueur et d'autonomie.

MISSION GÉNÉRALE

Concevoir, produire et diffuser des contenus social media créatifs, engageants et performants, adaptés aux codes de chaque plateforme, afin de renforcer la visibilité, la notoriété et l'impact de la Fondation des Femmes.

Le.la Chargé.e de contenus et réseaux sociaux pilote l'ensemble de la chaîne social media : idéation, production, diffusion, modération, analyse et optimisation, avec une forte dimension terrain et vidéo.

MISSIONS SPÉCIFIQUES

Stratégie éditoriale social media (orientée production)

- Participer à l'élaboration du plan d'actions annuel de communication digitale et en assurer la déclinaison sur les réseaux sociaux ;
- Construire une stratégie éditoriale réaliste, activable et orientée formats, en lien avec les priorités de la Fondation ;
- Définir les messages, angles éditoriaux, formats et rythmes de publication par réseau
- Piloter et tenir à jour le calendrier éditorial annuel.

Création de contenus & production vidéo (cœur du poste)

- Imaginer, écrire, produire et monter des contenus natifs pour les réseaux sociaux, notamment vidéo (Reels, stories, formats courts) ;
- Assurer le montage vidéo, le sous-titrage, l'habillage et l'optimisation pour chaque plateforme ;
- Organiser et réaliser des reportages terrain (événements, actions soutenues, interviews, prises de parole) ;
- Concevoir et produire des contenus graphiques et éditoriaux (carrousels, visuels statiques, posts pédagogiques) ;
- Être force de proposition sur de nouveaux formats narratifs et créatifs.



Animation quotidienne, modération & performance

- Animer les réseaux sociaux au quotidien (publication, réponses, interactions) ;
- Assurer la modération, avec une bonne compréhension des enjeux liés aux causes féministes et aux sujets sensibles ;
- Suivre et analyser les performances (engagement, portée, croissance, conversions) ;
- Réaliser des bilans réguliers et proposer des ajustements opérationnels.

Veille active & tendances

- Assurer une veille continue sur les tendances social media, formats émergents et évolutions des plateformes (notamment Instagram) ;
- Tester de nouveaux formats et adapter rapidement les contenus aux usages ;
- Être force de proposition sur les bonnes pratiques du secteur associatif et des médias engagés.

Influence & amplification

- Contribuer à la mise en œuvre d'une stratégie d'influence digitale ;
- Identifier des profils pertinents, coordonner les prises de parole et suivre les collaborations.

Publicité sur les réseaux sociaux

- Participer à la mise en place de campagnes publicitaires lors des temps forts (notamment sur Meta) ;
- Implémenter les campagnes et suivre leurs performances ;
- Réaliser le reporting et proposer des optimisations.

Travail en transversalité

- Travailler avec les équipes communication, engagement et programmes (ex. Stand Up / La Cité Audacieuse) pour produire et diffuser des contenus sur le site et les réseaux sociaux, analyser les performances et optimiser la visibilité ;
- Assurer la gestion et l'animation ponctuelle des réseaux sociaux de la présidente de la Fondation des Femmes, Anne-Cécile Mailfert ;
- Cordonner l'alternant.e communication sur les sujets réseaux sociaux ;
- Apporter un appui en communication digitale à divers projets (événements, campagnes, outils).

PROFIL RECHERCHÉ

Ce poste est fait pour vous si :

- Vous avez une expérience confirmée (minimum 2-3 ans) en gestion de réseaux sociaux avec production de contenus ;
- Vous maîtrisez les formats et codes d'Instagram notamment (et leur évolution) ;
- Vous savez filmer, monter et publier des vidéos en totale autonomie ;



- Vous êtes à l'aise sur le terrain et savez capter des contenus dans des contextes variés ;
- Vous êtes organisé.e, rigoureux.se, autonome et capable de prioriser ;
- Vous avez une forte sensibilité éditoriale et un excellent sens du storytelling.

Ce poste n'est pas fait pour vous si :

- Vous recherchez un poste de community management junior principalement axé sur la programmation ;
- Vous êtes essentiellement stratège ou consultante, sans production régulière de contenus ;
- Vous ne pratiquez pas le montage vidéo ou la création de formats courts.

COMPÉTENCES CLÉS

- Création de contenus social media (vidéo, image, texte)
- Montage vidéo (outils type Premiere Pro, CapCut, Final Cut ou équivalent)
- Community management & modération
- Analyse de performances social media
- Organisation, autonomie, rigueur
- Intérêt fort pour les causes féministes et l'engagement associatif

Si ce poste correspond à votre profil et à vos aspirations professionnelles, nous vous invitons à adresser votre candidature (CV et lettre de motivation) à l'adresse suivante : recrutement@fondationdesfemmes.org

* Cette fiche de poste constitue une liste non exhaustive des missions relatives à la fonction de chargée de communication digitale et sera amenée à évoluer en fonction des directions stratégiques entreprises par la structure