

# Comment être présent?

- Minimalelement, écouter les conversations

→ veille



- Idéalement, participer à la conversation (dialogue)

→ Être présent (institutionnellement)

→ Faire la promotion de produits/services en particulier

→ Recruter

→ Parler à des publics absents dans les médias traditionnels





# Les 10 étapes

# 1. Veille et observation



INFLUENCE ET INTÉRÊTS

Qu'est-ce qui se dit sur moi?

Que font mes concurrents?

## 2. Analyse des besoins organisationnels



### **Exercice primordial d'introspection**

Que voudrait-on faire avec les médias sociaux?

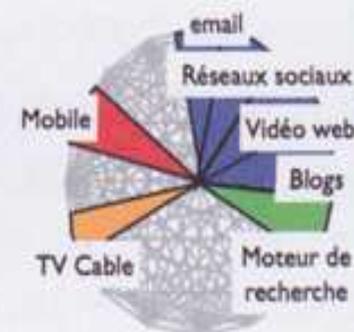
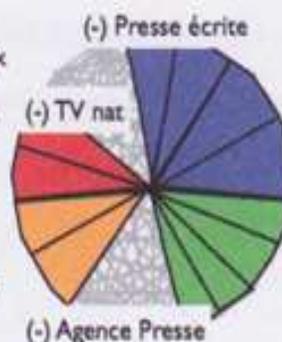
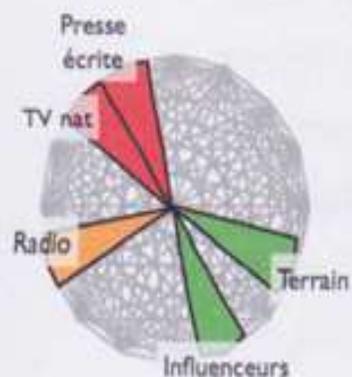
Quelles sont les attentes de nos clientèles?

# 3. Identification des clientèles et des objectifs



Qui? Quoi? Où? Pourquoi? Comment? Combien?  
Méthode SMART (Dupin)

# Associez génération et canaux de communication



**25%**

des canaux du HUB

**Génération Silencieuse**  
(1920-1940)

«radio, télé,  
presse écrite»

**62%**

des canaux du HUB

**Baby-Boomer**  
(1940-1965)

«média traditionnel  
et fonctions  
basiques d'internet»

**94%**

des canaux du HUB

**Génération X**  
(1965-1980)

«média  
traditionnel et  
nouveaux médias»

**75%**

des canaux du HUB

**Génération Y**  
(1980-1995)

«moins de TV et  
de presse écrite»

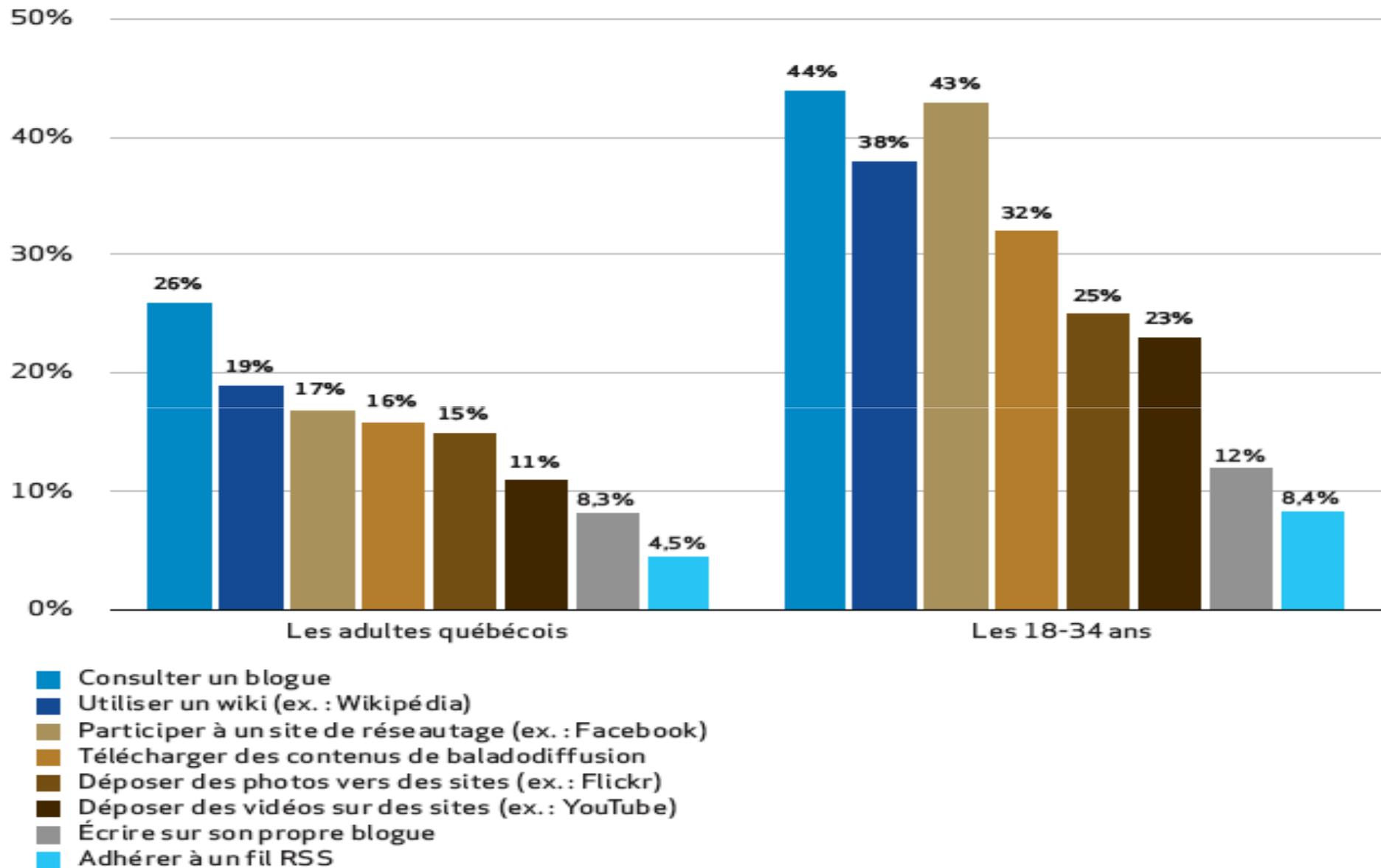
**50%**

des canaux du HUB

**Génération Z**  
(1995-20XX)

«le web, le mobile,  
la sphère familiale»

# Au Québec: Le Web 2.0, l'empreinte d'une génération



Source : NETendances 2007 (base : les adultes québécois)



## 4. Choix des outils et création des profils



# Les combos populaires

facebook®

twitter

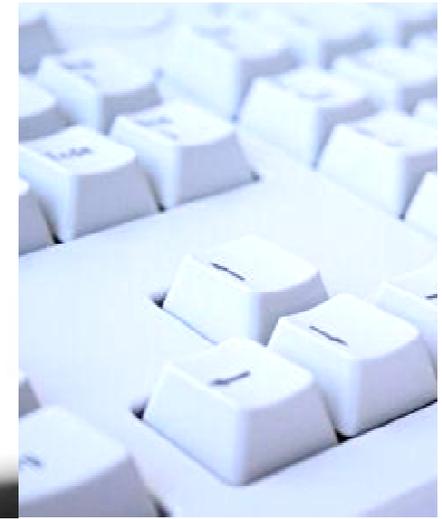
Linked in

foursquare

flickr™

Blogue

You Tube



## 5. Création des contenus pour chaque réseau



# Quelques trucs ...

- Créer une équipe au contenu
- Préparer des contenus à l'avance
- Bâtir un calendrier de diffusion
- Repérer des contenus dans votre domaine
- Solliciter votre communauté pour des contenus pertinents





## 6. Création des outils de gestion



- Guide d'utilisation et politique d'usage personnel
- Politique éditoriale
- Schéma de gestion des commentaires

# Guide d'utilisation



Outil clé en main  
pour assurer la  
capacité de relève

# Guide d'utilisation



Politique d'usage personnel:

- Accès?
- Règles à respecter
- Sanctions possibles

Doit être connue de tous!

# Politique éditoriale

Ligne éditoriale des contenus diffusés:

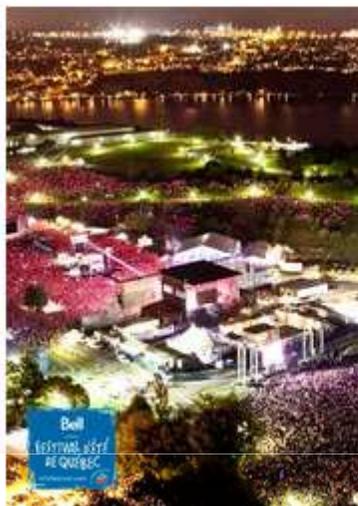
Quoi?  
Où?  
Comment?



Exemples:  
NÉtiquette  
[Festival international d'été de Québec](#)

Inscription

Facebook vous permet de rester en contact et d'échanger avec les personnes qui vous entou



mur

Infos

Photos

Nétiquette

## À propos de

Vivre l'expérience du Festival d'été de Québec, c'est prendre part au plus...

Plus

43 651

personnes aiment ça

580

personnes qui en parlent

## Festival d'été de Québec ▸ Nétiquette

J'aime

Chanson

**Festivaliers! Internautes! Adeptes de musique! Fous de spectacle! Bienvenue chez-nous!**

Le Festival d'été de Québec est ravi de vous accueillir sur ses différentes plateformes, vous êtes au bon endroit pour vous **informer**, vous **exprimer**, **échanger**. Nous aimons beaucoup vous lire et vous entendre.

Que ce soit sur notre site web, nos pages Facebook et Flickr, ou sur toutes nos autres tribunes, nous comptons sur votre meilleur jugement afin de faire preuve de **courtoisie** et de **respect** dans vos interventions.

Nos mères ne nous ont-elles pas toutes répété ces célèbres classiques : « *Tous les goûts sont dans la nature!* » et « *On ne peut être d'accord avec tout le monde!* ». Justement, le Festival offre une programmation aux styles variés, destinée à des publics de tous les âges et de toutes les allégeances musicales!

C'est pourquoi, dans l'objectif de favoriser des échanges harmonieux, nous vous remercions de prendre connaissance de notre Nétiquette\*!

\* **Nétiquette** : Ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes dans le réseau, notamment lors des échanges dans les forums ou par courrier électronique. (*Office québécois de la langue française*)

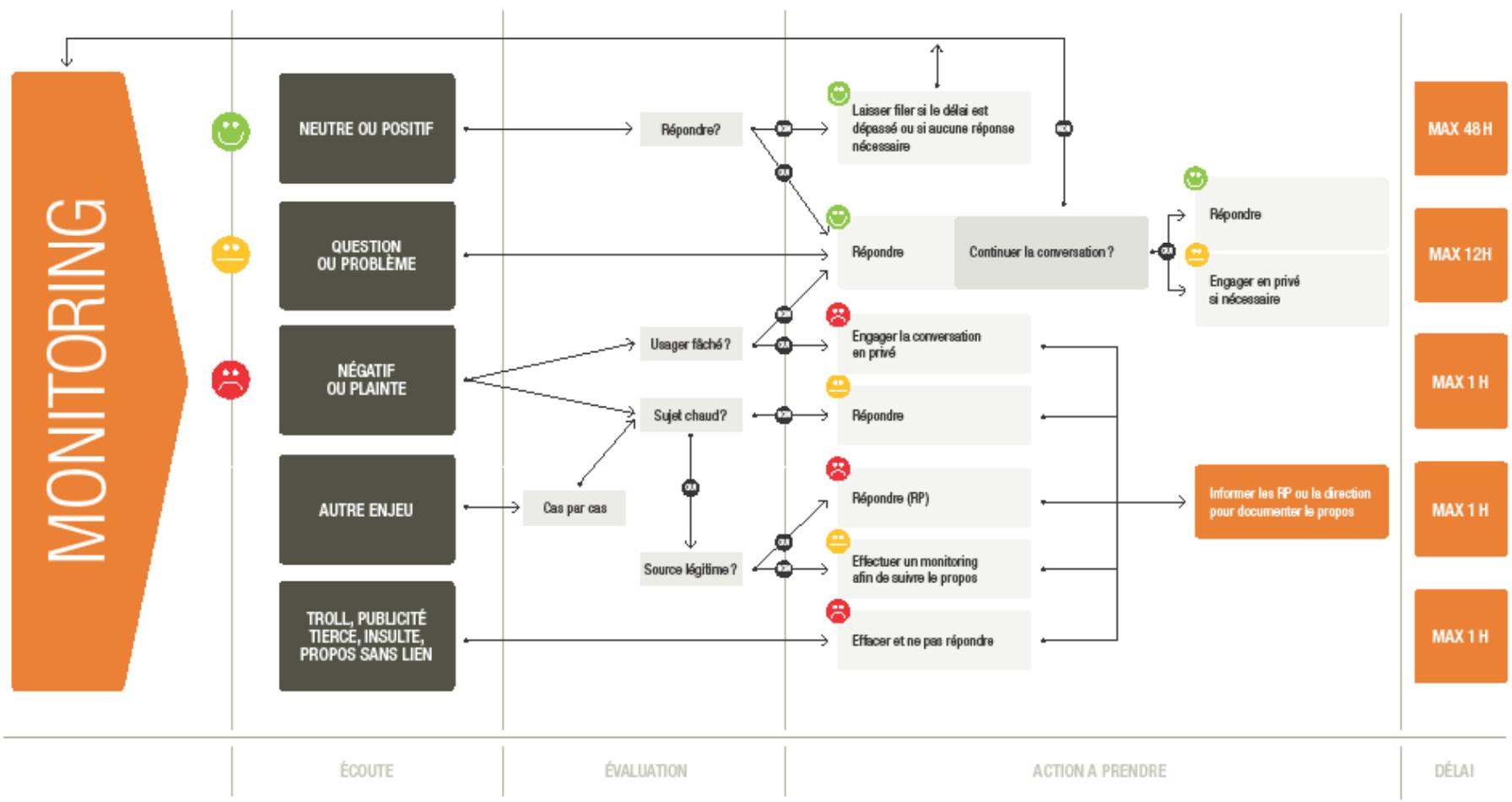
- Tout le monde est bienvenu sur cette page Facebook. Nous y acceptons les adeptes de tous les âges, sexes ou origines ethniques, ceux qui aiment la musique dans tous ses styles : pop, rock, folk ou électro, jazz ou métal et toutes leurs déclinaisons!

- Les propos injurés diffamatoires, haineux, racistes, xénophobes, homophobes, sexistes,

# Schéma de gestion des commentaires

**SCHÉMA DE GESTION DES COMMENTAIRES**

Schéma inspiré de l'Observatoire des médias sociaux en relations publiques de l'Université Laval



# Gestion des commentaires

## QUESTION SPÉCIFIQUE (3)

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Blogue, Facebook, Youtube	Exemple de réponse Twitter
Question spécifique sur un élément de l'offre de service	« Est-ce que le cours d'infographie me permettra de programmer des sites web ? »	Oui	24 h	Répondre à l'interrogation du client, le référer au site Web corporatif ou à une vidéo sur Youtube.	« Bonjour, sans tout réaliser dans les sites Internet votre contribution sera majeure. Consultez notre page web à ce sujet <a href="http://www.xyz">www.xyz</a> ou notre vidéo au <a href="http://www.youtube.com/xyz">www.youtube.com/xyz</a> pour en savoir plus. Laissez-nous savoir si vous avez des commentaires ou suggestions! »	« @mtremblay En bonne partie oui. Apprenez-en plus à lien <a href="http://bit.ly">bit.ly</a> . »

# Gestion des commentaires

## COMMENTAIRE NÉGATIF, PLAINTE, GESTION DE CRISE (4)

Dans ce cas précis, le délai d'intervention doit être le plus court possible afin de gérer la situation dans l'instantanéité.

Contenu du commentaire	Exemple de commentaire	Réponse	Délai MAX	Contenu de la réponse ou actions à prendre	Exemple de réponse Facebook, Youtube	Exemple de réponse Twitter
Information sur le programme, un cours ou une activité	« [Nom] se fout complètement qu'on se trouve une job en sortant, ils sont décrochés de la réalité »	Oui	1 h	Dans l'heure, rétablir les faits exacts, rectifier la situation et proposer une solution sensée.	« Bonjour, tout en respectant votre opinion je vous rappelle que le [Nom] offre un service de placement et en moyenne xx% des finissants se trouvent un emploi dans un délai de xx mois »	« @mtremblay Bonjour, nous aidons au maximum nos finissants grâce au service de placement et xx% trouvent en emploi rapidement. Pour en savoir plus sur ce service lien bit.ly. »

# 7. Formation et mobilisation



- Éduquer et sensibiliser les employés
- Embaucher un *Community manager*
- Impliquer les ressources et les experts

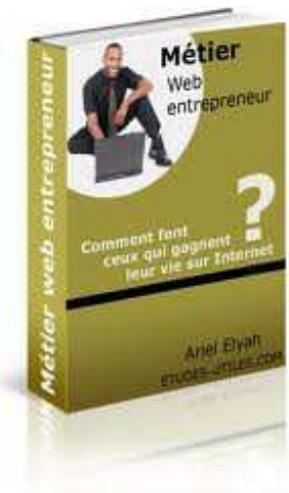
# Les « nouveaux » métiers

- Gestionnaire de communauté
  - Rôle : anime, propose, partage, etc.
  - Mission : provoquer l'engagement
- Gestionnaire de contenu
  - Rôle : crée, produit, alimente, etc.
  - Mission : produire le bon contenu au bon moment
- Le veilleur
  - Rôle : surveillance, suit, anticipe, etc.
  - Mission : optimise en « live » les voix positives



# Les « nouveaux » métiers

- Stratège MS
  - Rôle : budgétise, cible, pense, etc.
  - Mission : organise l'information p/r cibles, définit les tendances
- Développeur commercial
  - Rôle : innove, différencie, etc.
  - Mission : développe les ventes et la visibilité par les MS
- Spécialiste référencement
  - Rôle : optimise, augmente la visibilité de l'organisation, etc.
  - Mission : augmenter le référencement par les MS



# 8. Interaction, échange et partage

**GO!**



*Développer une identité numérique forte*

*Communication bidirectionnelle symétrique*

*Valeur ajoutée et lien de confiance*

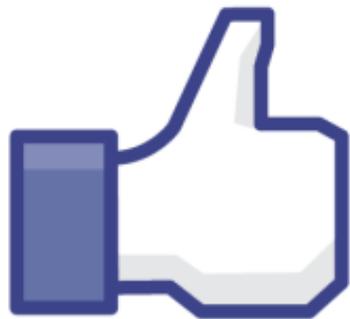
**Amusons-nous!**

# 9. Création d'une communauté

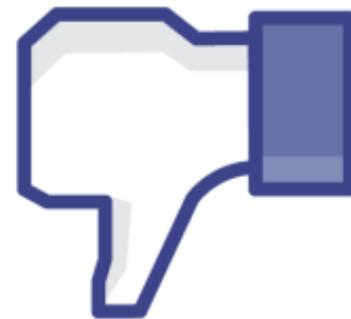
Reconnaître les influenceurs



# 10. Évaluation et ajustement



1



-1

Veille permanente  
Mesure de la qualité des interactions

# Quelques conseils



- Prévoir 2 à 3 mois de surveillance
- En faire une démarche organisationnelle
- Éviter de créer trop d'attentes
- Faire des projets pilotes

# Quelques conseils



- Maîtriser un outil avant de passer à un autre
- Éviter le PUSH
- Régler rapidement
  - Présence 7/7
  - Ligne d'autorité (autonomie)