

DOSSIER  
RÉSEAUX  
SOCIAUX

f



# Grenier magazine

On informe ceux qui savent tout

Vol. 1 - Numéro 15 - 14 décembre 2015



t



in



**PROFESSION :**  
GESTIONNAIRE  
DE COMMUNAUTÉ

**ET ENSUITE ? UNE**  
ENTREVUE AVEC  
ENSUITE MEDIA

**LE MARKETING VIRAL :**  
PLÉONASME VICIEUX  
OU SOUHAIT PIEUX ?

**JUSTE POUR RIRE**  
ET LES RÉSEAUX  
SOCIAUX



# PROFESSION : GESTIONNAIRE DE COMMUNAUTÉ

À la fois relationniste, vendeur, *marketer*, gentil organisateur, confident et responsable de l'ordre, le gestionnaire de communauté est de plus en plus un incontournable de la communication marketing. Petit zoom-in sur ce métier encore mal compris.

Écrit par Normand Miron, miron & cie



**A**u début, ce fut la ruée vers le 2.0. Du jour au lendemain, la marque se trouva face à une irrésistible opportunité. Le hic ? La marque utilisa ce nouveau média comme un simple nouveau... média. C'est-à-dire une énième façon d'imposer son message. Like-moi et partage mon superbe message télé, cher ami Facebook ! Mais quand les consommateurs devinrent média à leur tour et qu'ils se mirent – oh sacrilège ! – à utiliser la sacro-sainte page de la marque comme un vil dépotoir à plaintes, les fèces allèrent joyeusement heurter le ventilateur...

La main sur la plogue, le directeur marketing hurla : « Au secours, qui peut m'aider ??! » À ce moment même, tournait le coin du corridor Lilly-Anne Dupont-Champlain, la nouvelle petite stagiaire. « Tu es sur Facebook toi, non ? Viens donc ici une seconde... » C'est ainsi que la première gestionnaire de communauté au monde fût engagée sur-le-champ !

Je l'avoue, je blague. Car ce que je décris n'est pas que le passé. C'est en fait une réalité encore trop souvent actuelle. Mais inquiétez-vous pas, ça s'améliore ! Notamment, grâce à une nouvelle cohorte de gestionnaires de médias sociaux, mieux formés et plus expérimentés. J'en ai d'ailleurs rencontré deux, jeunes, beaux et gentils.

### Ça fait quoi, un gestionnaire de communauté ?

**Kloé Marchand** : Pas mal tout, en fait ! De mon côté, je travaille pour la STM et j'appuie tous les services de l'entreprise dans leurs besoins de communication sociale. Je prépare le

matériel, je monte les calendriers, je publie le contenu. Je réponds aussi aux questions des usagers sur nos pages sociales. Je fais donc des RP, du marketing, du service à la clientèle, de l'information sur les horaires et aussi sur les pannes... entre autres !

**Roch Courcy** : Même chose ici, à la ville de Gatineau. On est comme un petite agence de comm, à l'interne. On travaille avec les pompiers, les policiers, les services des arts, etc. Je m'assure d'établir un ton et une vision uniques pour l'ensemble de nos services municipaux sur les médias sociaux.

### Qu'est-ce que ça prend pour faire ce métier ?

**Roch** : De la patience. Beaucoup de patience. Surtout dans le secteur public ! Comme j'ai un background en service à la clientèle, je suis bien équipé devant les trolls. Il faut être capable de distinguer la personne qui est juste fâchée parce qu'elle veut une réponse, de la personne qui n'a aucun autre but que d'être méchante. Et ça, il y en a...

**Kloé** : Tellement ! Et aussi de la curiosité, je dirais. À priori, les moteurs d'autobus, ce n'est pas ma spécialité, mais je m'en viens pas mal bonne (rires). Comme les plateformes sociales évoluent constamment, il faut se tenir à jour. Sinon, c'est le consommateur qui va me dépasser.

### Avez-vous une formation en médias sociaux ?

**Kloé** : Pas moi. J'ai étudié en communication/marketing. En fait, parmi tous mes amis et collègues, je ne connais personne qui ait étudié là-dedans.



**Kloé Marchand**

Conseillère à l'information clientèle,  
médias sociaux, STM

**Roch** : Il y a des formations. Puisque j'ai déjà fait des recherches sur ce sujet, je peux personnellement avouer que je ne suis pas convaincu de l'importance d'étudier dans ce domaine. Mais une bonne formation en marketing ou en communication : c'est un must. Moi, j'ai étudié en communication.

**Grenier Magazine** : J'ai vu aussi que tu avais jasé avec Benoit Cordelier, directeur du certificat en médias sociaux de l'UQAM. Il m'a partagé, sur LinkedIn, qu'il avait monté ce certificat parce qu'il avait identifié des manques. Je suis plutôt d'accord avec lui. Ce n'est pas parce qu'on est familier avec les médias sociaux qu'on peut devenir ipso facto la représentation virtuelle d'une marque.

### Qu'est-ce qui vous énerve particulièrement, sur une page sociale mal gérée ?

**Kloé** : Les fêtes d'ortografe... pas capable !

**Roch** : Moi, j'hais ceux qui ne font que courir après les likes et les followers. Surtout par ces mozusses de concours « viraux ». Like et partage cette image, puis cours la chance de ....

On pourrait s'en parler pendant des heures, mais 750 mots, ça passe tellement vite ! Si vous désirez en connaître davantage sur le sujet, je vous invite à fouiller dans ma [bibliothèque personnelle](#) et à lire [ce billet](#), que j'ai écrit sur mon blogue. Et si vous êtes gestionnaire de communauté, merci de compléter [ce questionnaire](#), ça m'aidera à revenir sur le sujet un de ces quatre.

Réagissez à nos pointes de conversation sur Twitter via le #GrenierMag et @pizza4all. ▲



**Roch Courcy**

Conseiller en communication médias sociaux,  
ville de Gatineau

## ÉCOUTEZ MES ENTREVUES

[HTTPS://SOUNDCLOUD.COM/PIZZCAST/](https://soundcloud.com/pizzacast/)